

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Bakalářská práce

Podnikatelský záměr na založení kočičí kavárny

Karolína Sodomová

© 2018 ČZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Karolína Sodomová

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Podnikatelský záměr na založení kočičí kavárny

Název anglicky

Business Plan for Establishing a Cat café

Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je vytvoření podnikatelského záměru na založení a provozování kočičí kavárny ve městě Kolín. Dílčími cíli bude vytvoření marketingového a finančního plánu podniku. Dalším dílčím cílem bude zhodnocení zda může být podnikatelský záměr úspěšný a v budoucnu uskutečnitelný v praxi.

Metodika

Práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a praktickou.

Teoretická část poskytne základní informace o podnikání, jeho právních formách, struktuře podnikatelského plánu, charakteristice jeho hlavních částí a zásad zpracování.

V praktické části bude zpracován konkrétní podnikatelský záměr. Bude provedena analýza předmětné oblasti podnikání pomocí:

- Analýza makroprostředí – PEST analýza

- Analýza mikroprostředí:

Analýza zákazníků – písemné dotazování

Analýza konkurence – Porterův model konkurenčních sil

- SWOT analýzy (analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb)

- Marketingový plán (nástroje: produkt, cena, propagace, distribuce)

- Finanční plán

Rámcová osnova: 1. Úvod, 2. Cíl práce a metodika, 3. Literární přehled, 4. Vlastní práce, 5. Volí student – např. Návrh doporučení, 6. Závěr, 7. Seznam použité literatury

Harmonogram plnění

a.LS 2016 do zač. září – zpracovat Cíl práce, metodiku a Literární rešerši

b.ZS 2017 do konce ledna – vlastní práce

c.LS 2017 do pol. Března – odevzdání práce



Doporučený rozsah práce

30-40

Klíčová slova

Podnikání, podnikatelský plán, záměr, kavárna, káva, marketingový mix, finanční analýza, SWOT analýza, rozvaha, Porterův model

Doporučené zdroje informací

PŘIBOVÁ, M. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada, 1996. ISBN 80-7169-299-9.

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

ROTPORT, M. – PEŠTOVÁ, S. *Stručný slovník ekonomických pojmů nejen pro žáky středních škol*. Praha: Fortuna, 1994. ISBN 80-7168-107-5.

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

VEBER, J. – SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vydání. Praha: Grada, 2004. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.

VESELÁ P., *Kniha o kávě*, Smart Press 2010, ISBN 978-80-87049-34-1

Předběžný termín obhajoby

2017/18 ZS – PEF (únor 2018)

Vedoucí práce

doc. Ing. Jaromír Štůsek, CSc.

Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 23. 9. 2016

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 24. 10. 2016

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 13. 03. 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Podnikatelský záměr na založení kočičí kavárny" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 13. 3. 2018

Sodomová

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala doc. Ing. Jaromíru Štůskovi, Csc, za jeho cenné rady a připomínky a taktéž vstřícný přístup. Ráda bych také poděkovala své rodině, příteli a slečně Pavle Bacovské za jejich rady a podporu.

Podnikatelský záměr na založení kočičí kavárny

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá vytvořením podnikatelského záměru na založení kočičí kavárny ve městě Kolín. Hlavním cílem je zpracovat podnikatelský záměr a dílčími cíli jsou vypracování marketingového a finančního plánu a poté posouzení, zda by podnikatelský záměr mohl být úspěšný a v budoucnu i realizovatelný v praxi.

Práce se skládá z části teoretické a praktické. Teoretická část shrnuje základní pojmy z oblasti podnikání a definuje jednotlivé části podnikatelského plánu a jeho celkovou strukturu a podobu. Na základě těchto poznatků je v praktické části vypracován podnikatelský plán na vytvoření již výše zmíněného podniku. Podnikatelský plán obsahuje základní informace o společnosti, hlavní cíle podniku, analýzu makroprostředí a mikroprostředí, analýzu zákazníků a konkurence, SWOT analýzu a taktéž marketingový a finanční plán. V rámci finančního plánu je vybírán způsob financování podniku a kalkulovány náklady a výnosy na období 5 let od vzniku podniku. Taktéž je provedena finanční analýza podniku. V závěru práce dojde k vyhodnocení, zda je podnikatelský záměr reálně uskutečnitelný či nikoliv.

Klíčová slova: podnikatelský záměr, podnikání, kočičí kavárna, PEST analýza, SWOT analýza, Porterův model konkurenčních sil, marketingový plán, finanční plán, finanční analýza, analýza zákazníků

Business Plan for Establishing a Cat Café

Abstract

This bachelor thesis deals with the creation of a business plan for establishing a cat café in the town of Kolín. The main goal is to develop a business plan, while the sub-goals attempt to ascertain the success and feasibility of the endeavor in practice, sometime in the future. The thesis consists of a theoretical and practical part. The theoretical part comprises basic concepts in the business domain, and defines the respective parts of the business plan, as well as its overall structure and form. Based on this knowledge, a business plan for the creation of the aforementioned enterprise is devised. The business plan includes basic information about the company, its main goals, macro and micro-environment analysis, customer and competition analysis, SWOT analysis, and marketing and financial plan. As part of the financial plan, the method of financing the enterprise is considered, and costs and revenues over the period of five years since the inception of the business are calculated. A financial analysis of the company is also conducted. Finally, the conclusion of the thesis deduces whether the business plan is realizable or not.

Keywords: business plan, business, cat café, PEST analysis, SWOT analysis, Porter five competition forces analysis, marketing plan, financial plan, financial analysis, customer analysis

Obsah

1 Úvod.....	12
2 Cíl práce a metodika	13
2.1 Cíl práce	13
2.2 Metodika.....	13
3 Teoretická východiska	15
3.1 Definování základních pojmů	15
3.1.1 Podnikání	15
3.1.2 Podnikatel.....	15
3.1.3 Podnik	15
3.2 Formy podnikání	16
3.3 Hlavní kritéria rozhodování o volbě právní formy.....	17
3.4 Základní rysy společnosti s ručním omezeným (s. r. o.).....	17
3.5 Podnikatelský plán	17
3.5.1 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu	18
3.5.2 Struktura podnikatelského plánu.....	18
3.6 SWOT analýza	28
3.7 Financování podniku	28
4 Vlastní práce	30
4.1 Titulní strana.....	30
4.2 Základní informace o společnosti.....	31
4.3 Hlavní cíle podniku	32
4.4 Analýza makroprostředí	32
4.4.1 Politicko-právní faktory	32
4.4.2 Ekonomické faktory	33
4.4.3 Sociální faktory	35
4.4.4 Technologické faktory	36
4.5 Analýza mikroprostředí	36
4.5.1 Analýza zákazníků	36
4.5.2 Analýza konkurence (Porterův model)	37
4.6 SWOT analýza	38
4.7 Marketingový plán	40
4.8 Finanční plán	41
4.8.1 Předpokládané náklady spojené se zahájením činnosti podniku	41
4.8.2 Kalkulace provozních nákladů.....	43
4.8.3 Varianty cizích zdrojů financování	44
4.8.4 Předpokládané výnosy v jednotlivých letech.....	45

4.9	Finanční analýza.....	46
4.9.1	Výkaz zisku a ztráty.....	46
4.9.2	Počáteční rozvaha	48
4.9.3	Plán peněžních toků (Cash flow)	49
4.9.4	Analýza metodou poměrových ukazatelů.....	50
5	Výsledky a diskuse	51
6	Závěr.....	53
7	Seznam použitých zdrojů	54
8	Přílohy	58

Seznam obrázků

Obrázek 1	Model pěti sil dle Michaela Portera	20
-----------	---	----

Seznam tabulek

Tabulka 1	Struktura rozvahy.....	24
Tabulka 2	SWOT matice vzájemné působení všech prvků	28
Tabulka 3	Nezaměstnanost ve Středočeském kraji.....	33
Tabulka 4	Nezaměstnanost ve městě Kolín	34
Tabulka 5	Zaměstnanost ve Středočeském kraji.....	34
Tabulka 6	Sociální faktory za město Kolín	35
Tabulka 7	SWOT analýza.....	39
Tabulka 8	Kalkulace na jednotku	40
Tabulka 9	Předpokládané náklady spojené se zahájením činnosti podniku	42
Tabulka 10	Kalkulace provozních nákladů	43
Tabulka 11	Předpokládané výnosy v 1. roce podnikání za jednotlivé měsíce	45
Tabulka 12	Předpokládané výnosy v tis. Kč v jednotlivých letech	46
Tabulka 13	Výkaz zisku a ztráty.....	47
Tabulka 14	Počáteční rozvaha	48
Tabulka 15	Plán peněžních toků (Cash-flow) v Kč.....	49
Tabulka 16	Poměrové ukazatele	50
Tabulka 17	Diskuze výsledků finanční analýzy s jinými odbornými pracemi.....	52

1 Úvod

Podnikání je přirozenou a důležitou složkou života lidí. Jeho počátky sahají až do doby prvobytně pospolné společnosti. Zákon definuje podnikání jako soustavnou činnost, kterou podnikatel provádí samostatně a na vlastní zodpovědnost, za účelem dosažení zisku.

Důležitou složkou pro úspěšný začátek podnikání a vstup na trh, je zpracování podnikatelského plánu, tedy dokumentu, který popisuje dlouhodobou strategii podnikání a záměry podnikání. Definuje podnikatelský nápad a cíle, kterých chce podnikatel dosáhnout. Jeho součástí je analýza trhu a konkurence, stejně jako finanční aspekty a další. Vytvoření podnikatelského plánu slouží k utřídění myšlenek podnikatele a definování kroků, které je potřeba provést pro jeho úspěšné uskutečnění. Plán nejvíce poslouží samotnému podnikateli, ale v případě potřeby i bance při jednání o poskytnutí finančních prostředků.

Sepsání podnikatelského plánu není vyžadováno ze zákona. Plán jako takový nepodmiňuje úspěch podnikatele, ale jeho řádné sestavení a zpracování, výrazně zvyšuje šanci uspět, a naopak snižuje riziko neočekávaných hrozeb.

2 Cíl práce a metodika

V následující kapitole budou popsány dílčí cíle podniku a cíl hlavní, stejně jako stručná metodika této práce.

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je zpracování podnikatelského záměru na založení a provozování kočičí kavárny ve městě Kolín do podoby podnikatelského plánu, který bude sloužit jako podklad pro založení firmy Kočkafé Emma s. r. o, jenž bude kavárnu provozovat.

Dílčím cílem práce je vytvoření marketingového, a především finančního plánu podniku, jenž každý svým dílem přispěje ke zhodnocení, zda má výše uvedený podnikatelský záměr do budoucna šanci na úspěšné realizování v praxi či nikoliv.

2.2 Metodika

Základním postupem řešení práce je aplikování metody analýzy a syntézy. Analýza spočívá v rozložení určitého celku na jednotlivé části, které jsou pak zkoumány zvlášť, čímž dochází ke zjednodušení. Syntéza poté umožní spojit poznatky získané analytickými metodami do uceleného celku, čímž dojde k pochopení vzájemných souvislostí mezi jevy.

První část (teoretická část) práce je zpracována na základě metod kompilace a komparace. Kompilace nabízí systematické shrnutí názorů na danou problematiku, komparace pak porovnání jednotlivých přístupů. Výsledkem těchto metod je literární přehled. Teoretické poznatky budou následně uplatněny v praktické části této práce.

Ve druhé části (praktická část) bude nejprve provedena analýza makroprostředí prostřednictvím PEST analýzy, která zahrnuje politické, ekonomické, sociální a technologické faktory prostředí, které mohou mít významný vliv na podnikání firmy. Identifikace a seznámení se s těmito faktory povede ke zlepšení kvality rozhodnutí ohledně podnikatelského plánu. Poté bude provedena analýza mikroprostředí, jejíž součástí je analýza zákazníků a také analýza konkurenčního prostředí. Analýza zákazníků bude provedena prostřednictvím elektronického dotazování na 60 respondentech různého věku.

Konkurenční prostředí bude analyzováno pomocí Porterova modelu konkurenčních sil, který se zkoumá pět významných prvků a to: konkurence v odvětví, substituty, nové konkurenty vstupující do odvětví, dodavatele a odběratele.

Výsledky analýzy mikroprostředí budou hrát významnou roli v rozhodování, zda by bylo dobré uskutečnit podnikatelský plán v praxi či nikoliv.

Dále budou definovány silné a slabé stránky podniku, příležitosti a hrozby s využitím SWOT analýzy, která je velmi důležitým prvkem jak pro začínající podnikatele, tak pro již fungující firmy. Tato analýza pomůže podniku definovat jeho slabé a silné stránky, na kterých je dále možnost pracovat a rozvíjet je. SWOT analýza bude provedena na konci výzkumu.

Pro to, aby byla firma úspěšná je klíčové především sestavení patřičného marketingového plánu. Marketingový plán zahrnuje marketingový mix, neboli kombinaci 4 nejdůležitějších prvků: výrobek, cena, propagace a místo.

Výsledkem dobře zvoleného marketingového plánu bude prosperující podnik.

V neposlední řadě bude sestaven finanční plán, který je tvořen předpokládanými náklady a výnosy na 5 let dopředu ve třech variantách – optimistická, realistická, pesimistická. Jeho součástí bude i rozvaha a peněžní tok (cash flow), který představuje rozdíl mezi příjmy a výdaji v určitém sledovaném období. Výsledek finančního plánu bude sloužit jako rozhodující prvek pro rozhodnutí, zda může být podnikatelský plán do budoucna úspěšný.

Nedílnou součástí finančního plánu je finanční analýza, která prostřednictvím poměrových ukazatelů hodnotí finanční hospodaření podniku. Kromě rentability, likvidity a zadluženosti bude vypočítán i bod zvratu. Výsledky jednotlivých ukazatelů přispějí k posouzení možné úspěšnosti podniku.

V závěru práce bude rozhodnuto, zda může být podnikatelský záměr úspěšný a uskutečnitelný v praxi či nikoliv.

3 Teoretická východiska

Následující kapitola definuje základní pojmy týkající se oblasti podnikání.

3.1 Definování základních pojmů

V této kapitole budou definovány základní pojmy vztahující se k oblasti podnikání, nutné pro další práci s tímto tématem.

3.1.1 Podnikání

Dle obchodního zákoníku (§2) je podnikání definováno jako: „*Soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku.*“

Mezi základní rysy podnikání patří:

- Cílevědomá činnost,
- Iniciativní a kreativní přístupy,
- Organizování a řízení transformačních procesů,
- Praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,
- Převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu. (Veber, Srpová, & kolektiv, 2012)

3.1.2 Podnikatel

Podnikatelem je podle obchodního zákoníku (§2, odstavec 2):

- a) *Osoba zapsaná v obchodním rejstříku;*
- b) *Osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění;*
- c) *Osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů;*
- d) *Osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.*

Podle OZ může být podnikatelem fyzická i právnická osoba.

3.1.3 Podnik

Z nejobecnějšího hlediska je podnik považován za subjekt, v němž probíhá přeměna vstupů na výstupy.

Pokud bychom na něj chtěli nahlížet z obsáhlejšího hlediska, můžeme ho vymezit jako ekonomicky a právně samostatnou jednotku, která existuje za účelem podnikání.

V obchodním zákoníku je definován jako: „*Soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání*“. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit. (Srpová & Řehoř, 2010)

3.2 Formy podnikání

V následující kapitole jsou stručně popsány základní druhy podnikání.

Podnikání fyzických osob

Fyzické osoby jsou definovány jako:

- Osoby, které podnikají na základě živnostenského oprávnění (vlastní živnostenský list či koncesní listinu),
- Osoby zapsané v obchodním rejstříku,
- Osoby podnikající na základě jiného oprávnění podle zvláštního předpisu,
- Soukromě hospodařící zemědělce zapsané v evidenci.

U fyzické osoby může zápis do obchodního rejstříku proběhnout buď na vlastní žádost nebo povinně. Povinně se fyzická osoba musí registrovat, jestliže její čistý obrat dle zákona o účetnictví dosáhl nebo překročil v posledních dvou účetních obdobích částku, která podléhá povinnosti ověření účetní závěrky auditorem. (Veber, Srpová, & kolektiv, 2012)

Podnikání právnických osob

Zahájení podnikání jako právnická osoba s sebou přináší náročnější administrativu a v některých případech budeme nuceni složit i základní kapitál. Všechny právnické osoby musejí být zapsány v obchodním rejstříku. Obchodní zákoník definuje tyto právnické osoby: osobní společnosti (Veřejná obchodní společnost, Komanditní společnost), kapitálové společnosti (Společnost s ručením omezením, Akciová společnost) a družstva. (Srpová & Řehoř, 2010)

3.3 Hlavní kritéria rozhodování o volbě právní formy

Všichni podnikatelé mají možnost si sami vybrat právní formu podnikání, jen nutné však zvážit tato kritéria:

- 1) způsob a rozsah ručení (podnikatelské riziko)
- 2) oprávnění k řízení,
- 3) počet zakladatelů,
- 4) nároky na počáteční kapitál,
- 5) administrativní náročnost založení podniku a rozsah výdajů spojených se založením a provozováním podniku,
- 6) účast na zisku,
- 7) finanční možnosti, zejména přístup k cizím zdrojům,
- 8) daňové zatížení,
- 9) zveřejňovací povinnost. (Synek & kolektiv, 2011)

3.4 Základní rysy společnosti s ručním omezeným (s. r. o.)

Všechny formy obchodních společností mají své charakteristické rysy, kterými se liší od ostatních. Společnost s ručením omezeným může založit jak fyzická, tak právnická osoba, nebo i jen jedna osoba. Jedná se o kapitálovou společnost. Základní kapitál musí činit alespoň 200 tis. Kč, přičemž každý společník je povinen vložit minimálně 20 tis. Kč. Společnost za své závazky ručí veškerým majetkem, zatímco společník jen do výše svého vkladu, který je zapsán v obchodním rejstříku. Jméno, pod kterým společnost vystupuje musí obsahovat „společnost s ručením omezeným“, „spol. s r. o.“, nebo „s. r. o.“. Nejvyšší orgán společnosti je představován valnou hromadou, statutárním orgánem jsou jednatelé nebo jednatel. (Synek, Kislíngerová, & kolektiv, 2010)

3.5 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je dokument vytvořený podnikatelem, obsahující veškeré podstatné vnější i vnitřní faktory, jež souvisejí se zahájením podnikatelské činnosti nebo fungováním již existující zavedené firmy. (Veber, Srpová, & kolektiv, 2012)

Dle (Srpková, Svobodová, Skopal, & Orlík, 2011) je podnikatelský plán „písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů.“

3.5.1 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu

Při zpracovávání podnikatelského plánu bychom měli respektovat obecně platné zásady. Podnikatelský plán by měl být srozumitelný, tzn. při jeho sestavování je vhodné jednoduché vyjadřování a vytvoření tabulky nákladů pro větší přehlednost, a především by měl být logický, ve smyslu návaznosti a plynulosti myšlenek, které budou podpořeny fakty. Další zásadami pro zpracování podnikatelského plánu jsou stručnost myšlenek a závěrů, stejně jako pravdivost, reálnost a respektování rizika, při jehož předpokládání a identifikaci zvýšíme důvěryhodnost podnikatelského plánu. (Veber, Srpková, & kolektiv, 2012)

3.5.2 Struktura podnikatelského plánu

Podnikatelský plán se skládá z následujících bodů:

1) Titulní strana

Titulní strana by měla obsahovat název a logo společnosti (pokud se jedná o společnost již existující), jméno autora, zakladatelů a jiných klíčových osob, název podnikatelského plánu, datum založení atd. Je doporučováno zde také uvést prohlášení, kde bude psáno, že žádnou část dokumentu není povoleno kopírovat a ukládat bez písemného souhlasu autora dokumentu. (Srpková, Svobodová, Skopal, & Orlík, 2011)

2) Exekutivní souhrn (Shrnutí)

Shrnutí představuje nejdůležitější body podnikatelského plánu. Hlavním úkolem je zaujmout a nalákat čtenáře k přečtení dalších kapitol.

Pracovníci banky a investoři si jako první pročítají právě shrnutí, proto by mělo být formulované stručně a tak, aby bylo snadno pochopitelné. Mělo by obsahovat popsání předmětu podnikání, nabízené výrobky a služby, dále faktory úspěchu, cíle podniku a ekonomické cílové veličiny a potřebu kapitálu. (Srpková & kolektiv, 2007)

Exekutivní souhrn bývá někdy napsán nebo dokončen až po dopsání podnikatelského plánu. Kvalita tohoto souhrnu je pro investory často rozhodujícím prvkem pro posouzení, zdali se bude zabývat dalšími částmi podnikatelského plánu či nikoliv.

(Koráb, Peterka, & Režnáková, 2007)

3) Analýza trhu

Analýza makroprostředí

Analýza makroprostředí je důležitá pro poznání externího okolí, v němž podnik působí a také pro identifikování změn, které se odehrávají v okolí podniku a mohou na něj mít vliv. K analýze prostředí okolí podniku je používána tzv. PEST analýza, která kombinuje faktory politické, ekonomické, sociální a technologické.

(Blažková, 2007)

Analýza mikroprostředí

Analýza mikroprostředí znamená posouzení charakteristiky trhu, na němž plánujeme podnikání uskutečnit. Především je třeba provést analýzu zákazníků, dodavatelů a konkurence. Při analyzování zákazníků je třeba se zaměřit zejména na ty, kterým je produkt firmy určen. Konkurenci je třeba analyzovat nejenom ze současného hlediska, ale taktéž z budoucího, tzn. potencionální konkurenty.

Analýza konkurence je prováděna prostřednictvím Porterova modelu konkurenčních sil, který zkoumá konkurenty v odvětví, substituční výrobky/služby, nové konkurenty vstupující do odvětví, dodavatele a odběratele. (Koráb, Peterka, & Režnáková, 2007)

Jednotlivé položky analýzy konkurence uvádí (Blažková, 2007) následovně:

- 1. Konkurenti v odvětví** – rivalitu mezi současnými konkurenty ovlivňuje velikost a počet konkurentů, odlišnost výrobků a služeb a úroveň bariér vstupu/výstupu na trh.
- 2. Substituty** – alternativní výrobky či služby, které nahrazují stávající nabídku na trhu. Existence substitutů je riziko, že si zákazník místo námi nabízeného výrobku vybere jiný, který mu více vyhovuje. Toto riziko můžeme snížit těmito činnostmi:
 - Snížením ceny výrobku (tím že snížíme náklady),
 - Zvýšením užitné hodnoty výrobku, nabídkou doplňkových služeb,
 - Včasným předvídaním přání a požadavků zákazníka,

- Apod.

3. Noví konkurenti vstupující do odvětví – bude nás zde zajímat jaká je pravděpodobnost na zvýšení konkurenčního tlaku na již existující firmy a taktéž jednoduchost/obtížnost vstupu na trh. Vstup nových konkurentů na trh může vést ke zvyšování výrobních kapacit, což by způsobilo převahu nabídky nad poptávkou a následný pokles ceny.

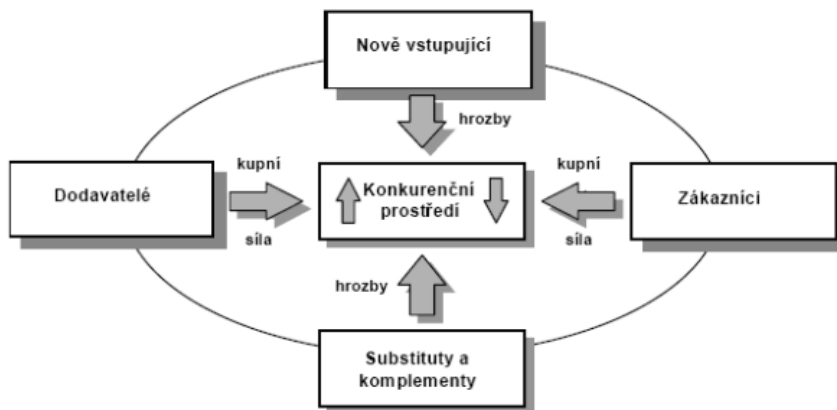
Od konkurence se můžeme odlišit např. těmito činnostmi:

- Efektivním řízením a sledováním nákladů,
- Zvýšením kvality výrobků a služeb,
- Pokrytím širokého spektra zákazníků.

4. Dodavatelé – hodně zde záleží na velikosti. Pokud je jich omezený počet a jejich výrobky jsou důležité a jedinečné pro odběratele, mají velkou moc. To platí také v případě, že nejsou existenčně závislí na odběrateli.

5. Odběratelé – je zde důležitá především struktura a koncentrace kupujících na trhu.

Obrázek 1 Model pěti sil dle Michaela Portera



Zdroj: Strateg.cz, [online]. [2017-11-24]

4) Popis podniku

Popis podniku by měl na začátku obsahovat informace o dosavadní existenci firmy. Měl by obsahovat sídlo firmy, majitele firmy, datum založení, představení produktu, a taktéž důvod založení společnosti. V této části by měly zaujímat místo pouze fakta podložená existujícími a ověřenými údaji, minimálně po období tří let zpětně. Dále je potřeba definovat strategii firmy a způsoby k jejich dosažení. Cíle

by měly být formulovány krátce a nejlépe slovně i číselně. (Veber, Srpová, & kolektiv, 2012)

5) Obchodní plán

Tato část podnikatelského plánu bude u podniků, které se nezaobírají výrobou obsahovat informace o nákupech zboží a služeb, o prostorech ke skladování apod. V případě poskytování služeb zde bude popsán proces poskytování služeb, vazby na subdodavatele a důvody jejich výběru. (Koráb, Peterka, & Režnáková, 2007)

6) Marketingový plán

Marketingový plán je strategickým plánem podniku, jež nám říká, jakým způsobem se podnik plánuje prosadit na trhu proti konkurenci. Měl by obsahovat racionální představu dalšího rozvoje výrobků a služeb, rozvoje a rozšíření trhů, případně upravení marketingového mixu. (Koráb, Peterka, & Režnáková, 2007)

Marketingový plán může zohledňovat odlišný marketing pro období, ve kterém podnik vstupuje na trh a marketing pro úspěšné fungování podniku na trhu z hlediska dlouhodobého. Pro naplnění obou marketingů pro různá období se využívá marketingových nástrojů, které jsou definovány v rámci marketingového mixu. (Koráb, Peterka, & Režnáková, 2007)

Marketingový mix je nejdůležitějším nástrojem marketingového řízení. Firmě slouží k naplnění jejích cílů. Skládá se z produktu, ceny, místa a propagace. Marketingový mix tvoří naši nabídku zákazníkům. Při jeho vytváření je důležité vědět, jak, a hlavně pro koho, je nutné jej nastavit, aby došlo ke směně a k prodeji. (Foret, 2012)

7) Organizační plán

Tato část podnikatelského plánu popisuje formu vlastnictví nově vznikajícího podniku. Pokud se jedná o obchodní společnost je zde nutné uvést detailnější informace o skladbě managementu podniku a taktéž údaje o obchodních podílech dle příslušných právních norem. Jsou zde zmíněni vedoucí pracovníci v podniku, jejich zkušenosti a vzdělání, stejně jako vztahy nadřízenosti a podřízenosti ve firmě. Vše je znázorněno organizační strukturou. (Koráb, Peterka, & Režnáková, 2007)

8) Hodnocení rizik

Každý podnikatelský plán s sebou nese jistou míru nejistoty, tzn. rizika, že se skutečné výsledky budou lišit od těch očekávaných. Jeho nepostradatelnou

součástí by měla v každém případě být analýza rizik, díky které se snadněji předejde negativním důsledkům vývoje rizikových faktorů. Čím pečlivěji je analýza provedena, tím kvalitnější a použitelnější je podnikatelský plán jako manažerský nástroj.

Řízení rizika obsahuje 4 kroky:

1. Identifikace rizikových faktorů,
2. Kvantifikace rizik,
3. Plánování krizových scénářů,
4. Monitoring a „řízení“. (Koráb, Peterka, & Režnáková, 2007)

9) Finanční plán

Finanční plán, slouží k přetváření podnikatelského plánu do číselné podoby.

Říká nám, zda je podnikatelský plán reálně uskutečnitelný z hlediska ekonomického. Výstupy finančního plánu tvoří plán nákladů a výnosů, výkaz zisku a ztráty, plán cash-flow, plánovaná rozvaha, výpočet bodu zvratu, finanční analýza, plán financování, aj. (Srpková, Svobodová, Skopal, & Orlík, 2011)

Finanční plán je důležitou součástí plánu podnikatelského.

Skládá se ze třech nejdůležitějších oblastí:

- Předpokládané příjmy a výdaje do budoucna alespoň na tři roky,
- Cash flow,
- Odhad rozvahy (balance). (Koráb, Peterka, & Režnáková, 2007)

Finanční plánování dle (Srpková, Svobodová, Skopal, & Orlík, 2011):

Plánování výnosů a příjmů

Výnosy rozumíme výsledky podnikání, které bývají vyjádřeny v peněžních jednotkách za určité období (např. měsíc, rok). Příjmy rozumíme obdržené peněžní prostředky, získané firmou za prodej výrobků či služeb.

Účtuje-li firma podvojným způsobem účetnictví, může se stát, že reálné a účetní příjmy se mohou lišit. Firma může účetně vykazovat výnosy, avšak ve skutečnosti ještě nemusí mít finanční prostředky k dispozici. Velmi důležité je tedy nejen dosahování výnosů, nýbrž zajištění příjmů firmy, a to v termínech předem dohodnutých, tak aby nedošlo k situaci, že firma bude muset uhradit daně, ale fakticky nebude mít peníze na účtu.

Plánování nákladů a výdajů

Náklady firmy jsou definovány jako spotřeba výrobních prostředků vyjádřená v penězích. Měli bychom je vynakládat účelně a také hospodárně.

Pro finanční řízení poskytuje užitečné informace rozdělení nákladů na variabilní a fixní. Variabilními náklady jsou označovány takové náklady, které se mění s objemem výroby, zatímco na fixní náklady, nemá objem výroby vliv, tzn. zůstávají nadále stejné.

Výdaje jsou představovány úbytkem peněžních prostředků firmy. Stávají se náklady pouze pokud jsou vynakládány k tvorbě určitého výrobku či služby.

Finanční výkazy

Jeich sestavení je důležitou podmínkou pro přesvědčení investorů či bankéřů, že náš podnikatelský plán má budoucnost. Mělo by se jednat především o plán peněžních toků (cash flow), plánovaný výkaz zisku a ztrát a také plánovanou rozvahu.

1) Výkaz zisku a ztráty

Plánovaný výkaz zisku a ztráty je vyčíslením nákladů, výnosů a hospodářského výsledku v jednotlivých letech podnikání. Poskytuje informace o hospodářském výsledku, ze kterých je možno vyčíst, zda budeme, či nebudeme schopni uhradit úroky, splátky úvěru apod. (Srpová, Svobodová, Skopal, & Orlík, 2011)

2) Plán peněžních toků (cash flow)

Cash flow je nepostradatelným elementem finančního řízení a finanční analýzy podniku. Podstatou sledování je změna peněžních prostředků. Jsou zde vysvětleny přírůstky a úbytky a taktéž důvody, proč k nim došlo. Pro většinu podniků je důležitější mít hotovost a vysoký stav peněžních prostředků na účtu než samotný zisk. Nedosáhne-li podnik zisku neznámá to pro něj bezprostřední ohrožení, v případě, že má prostředky k zabezpečení běžného fungování podniku. V opačném případě by to mohlo mít negativní dopad na jeho existenci. Cash flow je považován za významný ukazatel úspěšnosti podniku.

Struktura výkazu peněžních toků:

- **Oblast běžné provozní činnosti** (patří sem základní výrobní činnosti a ostatní činnosti podniku);

- **Investiční oblast** (pořízení a prodej dlouhodobého majetku, činnosti související s poskytováním úvěrů, půjček);
- **Oblast externího financování** (peněžní toky, vyvolávající změnu velikosti vl. kapitálu a dlouhodobých závazků). (Knápková & Pavelková, 2013)

Metody sestavení výkazu cash flow:

Rozeznáváme dvě základní metody pro sestavení výkazu peněžních toků – přímou a nepřímou.

Přímá – přehled peněžních toků sestaven ze skutečných plateb, tzn. čistých peněžních toků, jednotlivé příjmy a výdaje jsou seskupovány do předem vymezených položek.

Nepřímá – používá výsledek hospodaření zjištěný v podvojném účetnictví a transformuje jej na tok peněz. (Knápková & Pavelková, 2013)

3) Plánovaná rozvaha

Plánovaná rozvaha nám ukazuje očekávaný vývoj firemního majetku a zároveň zdrojů jeho krytí. Zobrazuje strukturu majetku, zdroje financování při zahájení podnikání a předpokládaný průběh splacení těchto zdrojů. (Srpová, Svobodová, Skopal, & Orlík, 2011)

Struktura rozvahy

Tabulka 1 Struktura rozvahy

Aktiva	Pasiva
Dlouhodobá aktiva Dlouhodobý nehmotný majetek Dlouhodobý hmotný majetek Dlouhodobý finanční majetek	Vlastní kapitál Základní kapitál Kapitálové fondy Rezervní fondy,.. VH minulých let VH běžného účetního období
Oběžná aktiva Zásoby Dlouhodobé pohledávky Krátkodobé pohledávky Krátkodobý finanční majetek	Cizí zdroje Rezervy Dlouhodobé závazky Krátkodobé závazky Bankovní úvěry a výpomoci
Časové rozlišení	Časové rozlišení

Zdroj: (Knápková & Pavelková, 2013)

Finanční analýza

Finanční analýzu můžeme definovat jako metodu jež slouží k hodnocení hospodaření s finančními prostředky podniku, dochází zde k třídění dat, jsou určovány souvislosti mezi daty a predikováno jejich budoucího vývoje.

Analýza se zaměřuje na definování problémů, slabých a silných stránek podniku. Informace, jež získáme prostřednictvím finanční analýzy nám mohou k vytvoření přehledu o hospodaření firmy a její finanční situaci, slouží také jako podklad pro rozhodování managementu.

Metody finanční analýzy:

1. Analýza absolutních dat (stavových i tokových)

- Horizontální analýza (analýza trendů),
- Vertikální analýzy (procentní rozbor).

2. Analýza rozdílových ukazatelů (fondů finančních prostředků)

3. Analýza poměrových ukazatelů

Rentability, aktivity, zadluženosti a finanční struktury, likvidity, kapitálového trhu, provozní činnosti, cash flow.

4. Analýza soustav ukazatelů. (Sedláček, 2007)

Poměrové ukazatele finanční analýzy dle (Sedláček, 2007)

a) Analýza zadluženosti, majetkové a finanční struktury

Ukazatele zadluženosti indikují výši rizika, která podniku hrozí při dané struktuře vlastních zdrojů a cizích zdrojů.

Celková zadluženost

Jedná se o ukazatel zadluženosti. Měla by se pohybovat mezi 30-60 %.

$$\text{Celková zadluženost} = \frac{\text{Cizí zdroje}}{\text{Aktiva celkem}} \quad (1.1)$$

Míra zadluženosti

Velice důležitý ukazatel zejména v případě žádosti o úvěr u banky. Vykazuje riziko ohrožení nároků věřitelů na vrácení pohledávky.

$$\text{Míra zadluženosti} = \frac{\text{Cizí zdroje}}{\text{Vlastní kapitál}} \quad (1.2)$$

Doba splácení dluhů

Vyjadřuje dobu, za kterou by podnik byl schopen svou činností splatit dluhy z provozního cash flow. Ukazatel by měl být klesajícího charakteru.

$$\text{Doba splácení dluhů} = \frac{\text{Cizí zdroje – rezervy}}{\text{Provozní cash flow}} \quad (1.3)$$

b) Analýza likvidity

Pojem likvidita představuje schopnost podniku uhrazovat své závazky. Likvidnost pak znamená schopnost přeměnitelnosti na finanční prostředky.

Ukazatel běžné likvidity (likvidita III.stupně)

Ukazuje kolikrát oběžná aktiva pokrývají krátkodobé závazky podniku.

$$\text{Běžná likvidita} = \frac{\text{Oběžná aktiva}}{\text{Krátkodobé cizí zdroje}} \quad (1.4)$$

Ukazatel pohotové likvidity (likvidita II. stupně)

Ukazatel by se měl pohybovat v mezi 1-1,5. Pokud by byl menší než 1 podnik by se musel spoléhat na případný prodej zásob.

$$\text{Pohotová likvidita} = \frac{\text{Krátkodobé pohledávky} + \text{Krátkodobý finanční majetek}}{\text{Krátkodobé cizí zdroje}} \quad (1.5)$$

Ukazatel okamžité likvidity (likvidita I. stupně, hotovostní likvidita)

Doporučené hodnoty tohoto ukazatele se pohybují v rozmezí 0,2-0,5. Pokud jsou hodnoty ukazatele vyšší než toto rozmezí, značí to neefektivnosti využití finančních prostředků.

$$\text{Hotovostní likvidita} = \frac{\text{Krátkodobý finanční majetek}}{\text{Krátkodobé cizí zdroje}} \quad (1.6)$$

c) Analýza rentability

Rentabilita tržeb je definována jako výnosnost vloženého kapitálu. Měří schopnost dosahovat zisku prostřednictvím investovaného kapitálu.

Rentabilita tržeb

Rentabilita tržeb vyjadřuje schopnost podniku dosahovat zisku, která je důležitým ukazatelem úspěšnosti podnikání.

$$\text{Rentabilita tržeb} = \frac{\text{Zisk}}{\text{Tržby}} \quad (1.7)$$

Rentabilita vlastního kapitálu

Rentabilita vlastního kapitálu měří výnosnost kapitálu, který vložili vlastníci podniku.

$$\text{Rentabilita vlastního kapitálu} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Vlastní kapitál}} \quad (1.8)$$

EBIT = zisk před zdaněním a úroky (čistý zisk)

d) Ukazatele aktivity

Pomocí ukazatelů aktivity zjišťujeme, zda je velikost aktiv přiměřená vzhledem k současným či budoucím aktivitám podniku.

Obrat celkových aktiv

$$\text{Obrat celkových aktiv} = \frac{\text{roční tržby}}{\text{aktiva}} \quad (1.9)$$

Obrat dlouhodobého majetku

U obratu aktiv, platí, že čím větší číslo nám ukazuje, tím lépe. Minimální doporučená hodnota je 1.

$$\text{Obrat aktiv} = \frac{\text{Tržby}}{\text{Dlouhodobý majetek}} \quad (1.10)$$

Doba obratu závazků

Doba obratu závazků zachycuje dobu, kdy závazek vznikl až po dobu jeho uhrazení. Ukazatel by měl dosahovat alespoň hodnoty doby obratu pohledávek.

$$\text{Doba obratu závazků} = \frac{\text{Krátkodobé závazky}}{\text{Tržby}} * 360 \quad (1.11)$$

10) Přílohy (podpůrná dokumentace)

Rozsah příloh je závislý na konkrétním případě. Někdy může obsahovat 50 stran i více. Pro omezení počtu stran je možné některé z podkladů zmínit v seznamu a tento seznam poté připojit do přílohy s poznámkou, že v něm zmíněné podklady jsou k dispozici.

Do přílohy bychom měli zařadit:

- životopisy klíčových osobností,
- výpis z obchodního rejstříku,
- analýzu trhu,
- zprávy, články a pojednání z novin a časopisů o trhu a produktu,
- podklady z finanční oblasti – rozvahy a výkazy zisků a ztrát za posledních tři až pět let (pokud má firma historii),
- obrázky výrobků a prospekty,
- technické výkresy,
- důležité smlouvy, např. odbytové smlouvy.

Ne vždy jsou potřebné všechny výše zmíněné dokumenty, a někdy je naopak nutné zařadit ještě další. (Srpková, Svobodová, Skopal, & Orlický, 2011)

3.6 SWOT analýza

Dle (Červený, Ficbauer, & kolektiv, 2014) je podstatou SWOT analýzy identifikace faktorů a skutečností jež pro firmu představují stránky silné a slabé, příležitosti a hrozby, které vyplývají jak z okolí, tak z interního prostředí firmy. Tyto faktory jsou charakterizovány verbálně, případně mohou být ohodnoceny podle jejich významnosti, ve čtyřech kvadrantech v tabulce SWOT.

Silné stránky podniku jsou faktory, které firmě pomáhají udržovat silnou pozici na trhu. Jedná se o oblasti, ve kterých firma vyniká. Tyto oblasti mohou být použity pro definování konkurenční výhody. Slabé stránky jsou opakem silných stránek. Příležitosti jsou možnostmi, díky jejichž realizaci má firma vyšší vyhlídky na ekonomický růst či zlepšení využívání disponibilních zdrojů a efektivnější dosahování cílů. Hrozby představují nepříznivé situace či změny v okolí podniku, které znamenají překážky pro jeho činnost. Podnik by měl v této situaci rychle a efektivně reagovat, aby je odstranil či alespoň minimalizoval. Všechny 4 výše uvedené faktory je nutné posuzovat ve vzájemných souvislostech, nikoliv odděleně.

Tabulka 2 SWOT matice vzájemné působení všech prvků

	Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
Příležitosti (O)	S-O	W-O
Hrozby (T)	S-T	W-T

Zdroj: (Blažková, 2007)

3.7 Financování podniku

Při zakládání a dalším rozvoji firmy je možné používat finanční prostředky z různých zdrojů. Nejčastěji jsou finanční zdroje členěny na zdroje vlastní a cizí. Mezi vlastní zdroje financování řadíme vklady vlastníků, zisk a odpisy hmotného i nehmotného majetku.

Do cizích zdrojů financování patří úvěry a bankovní úvěry. K dalším zdrojům financování jsou řazeny dluhopisy, faktoring a forfaiting a tiché společenství. (Veber, Srpková, & kolektiv, 2012)

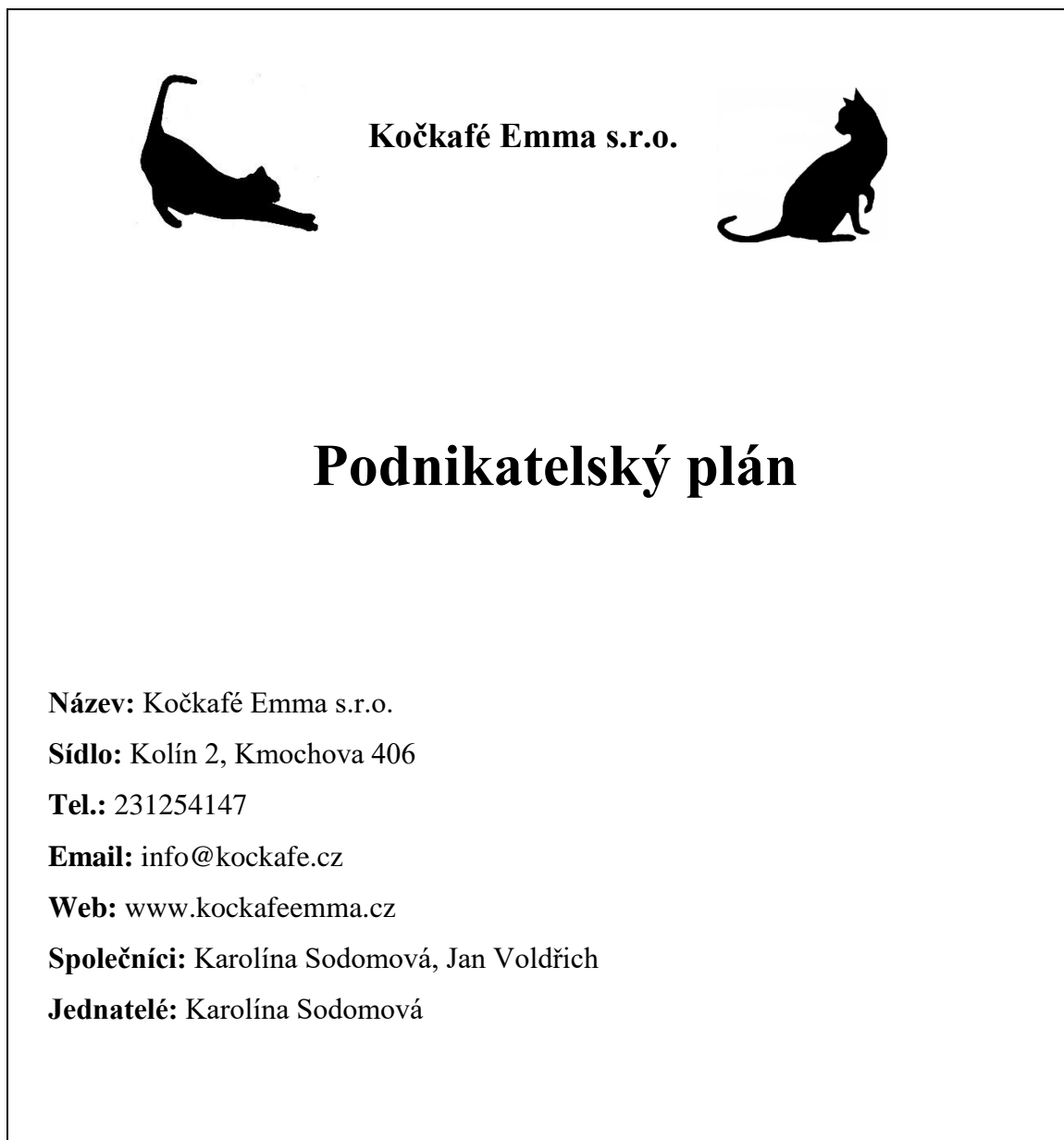
Tiché společenství

Tiché společenství může pro organizaci představovat velmi zajímavý zdroj financování, kdy jsou od konkrétní osoby, nazývané tichý společník získávány vklady, které firma používá ke svému podnikání. Jelikož může být tichým společníkem fyzická či právnická osoba, lze touto cestou získat relativně vysoké částky peněz, zejména v situacích, kdy jsou jiné zdroje financování obtížně dostupné. (Veber & kolektiv, 2000)

4 Vlastní práce

Vlastní práce obsahuje zpracovaný návrh podnikatelského plánu pro podnik Kočkafé Emma s. r. o.

4.1 Titulní strana



4.2 Základní informace o společnosti

Podnik Kočkafé Emma s.r.o. bude svým potencionálním zákazníkům ve městě Kolín nabízet především kvalitní kávu, ale nejen ji. Součástí menu budou také různé zákusky a domácí limonády. Příjemné posezení bude doplněno společností 7 koček pocházejících z útulku Alfonz Úmonín, nacházejícího se v Kutné hoře, který pomáhá kočkám zraněným a bezprizorním. Firma má do budoucna v plánu aktivně se podílet na organizaci různých charitativních a společenských akcí nejen pro tento útulek konaných v prostorách kavárny.

Kočkafé Emma chce pro své zákazníky všech věkových skupin vytvořit příjemné prostředí a možnost vychutnat si výbornou kávu v kočičí společnosti. Prostory kavárny se nacházejí nedaleko hlavního náměstí města Kolín, kde je poměrně velký ruch a hodně potencionálních zákazníků. Kavárna má díky své poloze v ulici Kutnohorská velmi dobrou přístupnost pro všechny vrstvy obyvatele města.

Název: Kočkafé Emma s. r. o.

Sídlo: Kutnohorská 34, Kolín 2

Provozovna: Kutnohorská 34, Kolín 2

Založení společnosti: 01. 01. 2019

Společníci: Karolína Sodomová, Jan Voldřich

Vlastní kapitál: 340 000 Kč

Cizí kapitál: 271 000 Kč

Předmět podnikání: hostinská činnost

4.3 Hlavní cíle podniku

Podnik Kočkáfé Emma s. r. o. si stanovil 3 základní cíle a to:

- 1) Prosadit se na trhu,
- 2) Získat pravidelné zákazníky,
- 3) Dosáhnout v 1. roce alespoň 100 000 Kč čistého zisku.

Prosazení podniku na trhu je ovlivněno hned několika faktory. Aby byl podnik úspěšný je třeba analyzovat trh, konkurenci a potencionální zákazníky.

Nejprve je dobré udělat menší výzkum, zda by zákazníci měli o podnik zájem či nikoliv, a to pomocí veřejného mínění, prostřednictvím dotazování.

Pravidelní zákazníci a jejich udržení povede k maximalizaci zisku. Již zavedené podniky mají výhodu pravidelné klientely, je tudíž dobré podrobně analyzovat jejich nabídku výrobků a služeb poskytovaných zákazníkům a odhalit nevyužitý potenciál, který můžeme použít pro vlastní rozvoj.

Zákazníky můžeme získat poskytováním lepších služeb než konkurence nebo pestřejší nabídkou výrobků, případně obojím.

4.4 Analýza makroprostředí

Analýza makroprostředí bude provedena prostřednictvím PEST analýzy, jejíž název je složen z počátečních písmen oblastí, které zkoumá:

- politické faktory,
- ekonomické faktory,
- sociální faktory,
- technologické faktory.

4.4.1 Politicko-právní faktory

Analýza politicko-právních faktorů shrnuje všechny zákony a vyhlášky které se vztahují k oblasti, ve které firma působí. V současnosti ovlivňují firmy podnikající na území ČR především tyto zákony:

Zákony ovlivňující podnikání firmy:

- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů

- Zákon č. 130/2008 Sb., kterým se mění zákon č. 455/1991, ve znění pozdějších předpisů

Zákony určující zdanění:

- Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů

Zákony ovlivňující pracovní právo

- Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 592/1992 Sb., o pojistném na všeobecné zdravotní pojištění, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 589/1992 Sb., o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů

Podnikání je ve větší míře ovlivňováno také vládními nařízeními, ustanoveními a předpisy ze strany Evropské unie, patenty a dalšími faktory.

4.4.2 Ekonomické faktory

Z hlediska ekonomických faktorů je důležitá míra zaměstnanosti a nezaměstnanosti, sazba DPH, míra inflace a průměrná mzda.

Kavárna se nachází v Kolíně, tudíž budeme sledovat zaměstnanost a nezaměstnanost v rámci Středočeského kraje. Středočeský kraj je nejlidnatějším krajem v ČR. Počet obyvatel k 1. 1. 2017 činil celkem 1 338 982 osob.

Tabulka č. 3 znázorňuje vývoj nezaměstnanosti ve Středočeském kraji pro období 2011-2016. Obecná míra nezaměstnanosti byla nejnižší v roce 2016, kdy činila 3,1 % a naopak nejvyšší byla zaznamenána v roce 2013, kdy činila 5,2 %.

V květnu 2017 dosahovala míra nezaměstnanosti 3,0 %.

Tabulka 3 Nezaměstnanost ve Středočeském kraji

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Obecná míra nezaměstnanosti (%)	5,1	4,6	5,2	5,1	3,5	3,1	2,7
Míra registrované nezaměstnanosti (v %)¹	7,07	7,52
Podíl nezaměstnaných osob (v %)	5,62	6,13	6,9	6,36	5,41	4,31	3,17
Pracovní místa v evidenci úřadu práce celkem	4054	4044	4040	8 215	13 551	18 650	30 321

¹ tečka na místě čísla značí, že údaj není k dispozici nebo je nespolehlivý

Zdroj: vlastní zpracování dle: (Český statistický úřad, [online] cit. 2017-08-12)

Tabulka č. 4 znázorňuje vývoj nezaměstnanosti ve městě Kolín v letech 2011-2015. Míra registrované nezaměstnanosti byla podle dostupných údajů nejvyšší v roce 2012, vývoj v dalších letech bohužel není znám, jelikož se tento ukazatel od roku 2013 nesleduje.

Tabulka 4 Nezaměstnanost ve městě Kolín

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Podíl nezaměstnaných osob (%)	7,68	8,27	9,39	8,31	7,32	5,85	.
Míra registrované nezaměstnanosti celkem (%)¹	9,85	10,28	-	-	-	-	.
Pracovní místa v evidenci úřadu práce	256	215	234	695	953	1355	.
Počet uchazečů o zaměstnání v evidenci úřadu práce na 1 pracovní místo	20,2	25,5	26,6	7,9	5,1	2,9	.

1 Od roku 2013 se tento ukazatel nesleduje

Zdroj: vlastní zpracování dle (Český statistický úřad, [online] cit. 2017-10-09)

V tabulce č. 5 jsou zachyceny vývoje ukazatelů zaměstnanosti ve Středočeském kraji od roku 2011-2016. Největší počet ekonomicky aktivního obyvatelstva byl zaznamenán v roce 2016, kdy pracovní síla tvořila 673 tisíc obyvatel, z celkového počtu 1 100 000,1 obyvatel od 15 let výše.

Tabulka 5 Zaměstnanost ve Středočeském kraji

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Míra zaměstnanosti (%)	56,9	57,6	57,6	57,9	59,0	59,2	.
Obyvatelstvo ve věku 15 a více let (tis. Osob)	1072,4	1082,4	1088,1	1093,6	1100,1	1101,2	.
V tom zahrnuta pracovní síla – ekonomicky aktivní (tis. osob)	643,0	653,9	660,6	667,7	672,5	673,0	.
Z toho zaměstnaní (tis. osob)	610,4	623,7	626,2	633,5	649,2	652,0	.
Nezaměstnaní (tis. osob)	32,6	30,3	34,4	34,3	23,2	20,9	.
Ekonomicky neaktivní (tis. osob)	429,3	428,5	427,4	425,9	427,6	428,2	.

Zdroj: vlastní zpracování dle (Český statistický úřad, [online] cit. 2017-09-18)

Údaje v tabulkách 4 a 5 představují roční průměry za jednotlivé roky. Za rok 2017 byly dostupné pouze údaje za čtvrtletí, roční průměr nebyl uveden.

Dalším důležitým ukazatelem je daň z přidané hodnoty a míra inflace.

Daň z přidané hodnoty patří mezi nepřímé daně, které jsou zahrnuty v cenách výrobků. Firma se stává povinně plátcem DPH přesáhne-li její obrat za 12 bezprostředně po sobě jdoucích měsíců částku 1 mil. Kč.

Od 1.1. 2015 existují oficiálně tři sazby daně:

- základní sazba 21 % - podléhá jí většina výrobků a služeb,
- první snížená 15 % - podléhají jí např. potraviny, zdravotnické pomůcky, hromadná doprava, noviny, apod.
- druhá snížená 10 % - podléhají jí léky, hudebniny, knihy, kojenecká výživa.

Zdroje: (Businessinfo.cz, [online] cit. 2017-09-18), (Penize.cz, [online] cit. 2017-09-18)

Inflace je dalším významným ukazatelem ovlivňujícím činnost kavárny. Růst inflace způsobuje růst cenové hladiny. Při růstu cenové hladiny se výrobky a služby stávají pro zákazníka méně dostupné. V roce 2015 činila průměrná roční míra inflace 0,3 %, zatímco v roce 2016 došlo ke zvýšení na 0,7 %. Průměrná roční míra inflace v roce 2017 činila 2,5 %.

Zdroj: (Český statistický úřad, [online] cit. 2017-09-18)

4.4.3 Sociální faktory

Sociálními faktory jsou faktory ovlivňující sociální prostředí, ve kterém žijeme.

Provozování kavárny může být ovlivňováno především strukturou a hustotou obyvatel, životní úrovní a průměrnými příjmy.

Tabulka č. 7 znázorňuje vývoj sociálních faktorů v letech 2011-2016 přímo ve městě Kolín. Ke konci roku 2016 žilo ve městě Kolín 31123 obyvatel, z toho 15884 žen a 15239 mužů. Věková struktura obyvatelstva z hlediska celkového průměrného věku činila 42,7 let.

Tabulka 6 Sociální faktory za město Kolín

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Počet obyvatel celkem (tis. Kč)	31013	31077	31026	30946	30995	31123	31123
z toho ženy	15794	15799	15826	15791	15856	15884	15884
z toho muži	15219	15278	15200	15155	15139	15239	15239
Věková struktura (průměrný věk) Celkem	41,8	41,9	42,2	42,4	42,6	42,7	42,7

Zdroj: vlastní zpracování dle: (Český statistický úřad, [online] cit. 2017-10-09)

Ve městě Kolín se nachází velké množství základních a středních škol, jedna vyšší odborná a gymnázium. Studenti těchto škol mohou být potencionálními

zákazníky kavárny, a to především kvůli jejímu kvalitnímu internetovému připojení a WiFi zdarma.

Pro provoz kavárny a její existenci je nejdůležitější dosahování zisků od potenciálních zákazníků. Průměrná hrubá měsíční mzda ve Středočeském kraji v roce 2016 za 1-4. čtvrtletí činila 27 730 Kč, zatímco ve 2. čtvrtletí roku 2017 byla průměrná měsíční mzda 30668 Kč. Oproti stejnému období minulého roku došlo ke zvýšení o 9 %. „Výši průměrné mzdy se kraj řadil na druhé místo za hl. m. Prahu a nad celorepublikový průměr“.

Zdroj: (Český statistický úřad, [online] cit. 2017-10-09)

4.4.4 Technologické faktory

Kavárna bude vybavena běžnými spotřebiči, zejména Kávovarem Jura Xj 5 Professional Brillant silver, Chladicí vitrínou Snaige CD 350 100 D, myčkou nádobí a reproduktory Crono CS – 2003 2.0.

Dalším vybavením kavárny bude internetové připojení od společnosti 02 s využitím tarifu 02 Internet Optimal Air. Jedná se o vysokorychlostní internet s technologií LTE, která je vhodná pro současné připojení více klientů, bez ztráty rychlosti připojení. Při běžné práci nedochází k omezení rychlosti, ani po dosažení FUPu, omezen je pouze streaming a stahování.

4.5 Analýza mikroprostředí

Tato kapitola popisuje analýzy užívané pro zkoumání mikroprostředí.

4.5.1 Analýza zákazníků

Analýza zákazníků byla založena na základě elektronického dotazování prostřednictvím serveru survio.com. Výzkumu se zúčastnilo 59 respondentů žijících ve městě Kolín. Dotazník byl složen z 11 otázek a cílem šetření bylo zjistit, zda mají obyvatelé města Kolín zájem o založení kočičí kavárny a zda by ji navštěvovali. Z celkového počtu 59 respondentů tvořilo 78 % ženy a 22 % muži.

Z výzkumu vyplývá, že 84,7 % respondentů si potrpí na kvalitní kávu či čaj a 39 % z celkového počtu respondentů si tyto nápoje dopřává jednou či více za den. Na otázku kolikrát týdně navštěvují kavárnu, odpovědělo 11,6 % respondentů 1 týdně, nejvíce respondentů (39 %) odpovědělo jednou za měsíc. Naopak 13,6 %

respondentů uvedlo, že kavárny nenavštěvují vůbec. Otázka „Navštívili byste kavárnu, kde by byly kočky?“ se s 69,5 % setkala s kladnými responzemi, naopak 20,3 % odpovědělo negativně.

Kladné odezvy se dočkala i otázka, zdali by lidé ocenili, kočičí kavárnu v jejich městě. Z celkového počtu 59 respondentů 67,8 % z nich uvedlo, že by se jim kavárna líbila, naproti tomu pouhé 32,2 % uvedlo, že by o kavárnu nestáli.

Respondenti byli z 54,2 % studenty, zaměstnaní tvořili 28,8 %. Další část tvořili důchodci 10,2 %, a podnikatelé 6,8 %. Největší skupinu respondentů tvořila věková skupina 18-26 let. Kompletní dotazník se všemi otázkami je součástí přílohy č. 1.

4.5.2 Analýza konkurence (Porterův model)

Konkurence v odvětví

Zavedené a fungující kočičí kavárny se nacházejí např. v Praze a Pardubicích. V Praze jsou to kavárny Kočkafé Freya (Praha 3), Kavárna kočičí (Praha 8 – Karlín), Kočičí kavárna (Praha 5 – Smíchov) a Social Point (Praha 2). V Pardubicích existuje Kočičí kavárna Pohoda.

V Kolíně se v současnosti nacházejí 3 běžné kavárny a jedna Cukrárna-Kavárna, které mohou představovat potenciální konkurenci pro Kočkafé Emma. Jedná se o kavárny: Mefisto cafe, Zahrádka Pod věží, Café Kristián a Lotos Cukrárna a kavárna. Kavárny se nacházejí v ulicích Karoliny Světlé 139, Kouřimská 15, Kouřimská 9B, Kouřimská 115. Při prozkoumání mapy a vyhledání názvů ulic můžeme zjistit, že kavárny se nacházejí velmi blízko u sebe na relativně malém prostoru. Nevýhodou může být lokace kaváren v ulici Kouřimská, která ústí do poměrně prudkého kopce, což může některé obyvatele Kolína odradit od návštěvy.

Noví konkurenti vstupující do odvětví

V současnosti není trh v tomto odvětví plně nasycen. Noví konkurenti mají možnost vstoupit na trh poměrně snadno, jelikož zde neexistují žádné nepřekonatelné bariéry, kvůli kterým by to nebylo možné.

Substituční výrobky

Substitučními výrobky budou v tomto případě káva, čaj a zákusky. Kavárna Kočkáfé Emma však bude nabízet nejenom to, ale také pohodové prostředí ve společnosti koček z kolínských útulků a budou zde pořádány různé akce na podporu koček a dalších různých dobročinných nadací.

Dodavatelé

- 1) Dodavatelé jsou vybíráni a posuzováni podle kritérií v tomto pořadí:
- 2) Cena,
- 3) Distribuční cesty (vzdálenost),
- 4) Pověst,
- 5) Platební a dodací podmínky,

Hlavními dodavateli Kavárny Emma, kteří zabezpečují pravidelný chod kavárny, jsou Oxalis, Cukrárna (Pražská 158), Cukrárna Zálabská.

Oxalis je česká společnost, která je řazena mezi přední evropské výrobce a distributory sypaného čaje a plantážní kávy. Kávu a čaj je možné nakoupit jak v kamenném obchodě, tak na e-shopu. V cukrárna Lotos a Cukrárně Zálabská, lze objednat zákusky, pekařské výrobky (např. marokánky, tvarohové šátečky, ořechové rohlíčky apod.), odlehčené tvarohové zákusky a dorty ke každé příležitosti.

Odběratelé

Potencionálními zákazníky kavárny Kočkáfé Emma budou především lidé, kteří milují kvalitní kávu či sypaný čaj a také přítomnost kočičích obyvatelů kavárny. Cestu si zde určitě najdou i milovníci různých zákusků a kvalitních pekárenských výrobků od našich předních dodavatelů.

4.6 SWOT analýza

SWOT analýza je prostředkem ke zmapování silných a slabých stránek podniku, příležitostí a možných hrozeb, které ho ohrožují. Poukazuje na změny, které je potřeba provést, aby byl nově vznikající podnik konkurenceschopný a také aby byly posíleny jeho slabé stránky a eliminována zjištěná rizika.

Tabulka 7 SWOT analýza

Silné stránky podniku	Slabé stránky podniku
<ul style="list-style-type: none"> - Inovativnost – kavárna s kočkami - kvalitní sortiment - pořádání spol. akcí/sešlostí/dobročinných bazarů pro útulky, apod. - dobré umístění kavárny (u náměstí) 	<ul style="list-style-type: none"> - Menší počáteční návštěvnost - vysoké počáteční náklady - nedostatek zkušeností v oboru - slabá pozice na trhu oproti zavedeným konkurentům - závazek vůči tichému společníkovi
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> - možnost rozšíření podnikání - možnost rozšíření služeb - poskytování internetových služeb (WiFi) - vytvoření příjemného zázemí pro milovníky koček 	<ul style="list-style-type: none"> - nezájem zákazníků o kočičí kavárnu - špatné hodnocení kavárny z hlediska Veterinární správy - rostoucí cena kvalitní kávy a čaje - málo zákazníků - negativní hodnocení ze strany zákazníků - zvýšení daní - zvýšení cen za energii, nájemného - zvýšení konkurenceschopnosti ostatních podniků

Zdroj: vlastní zpracování

Nejsilnější stránkou kavárny Kočkáfé Emma je inovativnost na trhu. Ve městě Kolín se v současnosti nachází několik kaváren, avšak žádná s kočkami. Podnik má tak oproti ostatním konkurenční výhodu, která spočívá v právě zmiňované originalitě. Další silnou stránkou podniku je také velmi kvalitní sortiment kávy, čajů a domácích limonád.

Jisté hrozby představuje zvýšení daní a cen, což je možné kompenzovat zvýšením cen sortimentu, a to především díky vhodnému umístění kavárny přímo u náměstí. Největší hrozbu představuje špatné hodnocení kavárny z pohledu veterinární správy. Této hrozbě je možné se vyhnout především pravidelnými návštěvami koček u veterináře a taktéž udržováním podniku.

Další velkou hrozbu představuje negativní hodnocení ze strany zákazníků, proto je nutné dbát na kvalitní zákaznický servis a vytvoření příjemného prostředí, aby byl zákazník spokojený a rád se vracel. Nejlepší forma reklamy pro podnik je spokojený zákazník.

4.7 Marketingový plán

V marketingové plánu se firma zaměří především na sestavení kompatibilního marketingové mixu, který zaručí firmě úspěšný vstup na trh.

Produkt

Produkt je jádrem marketingového mixu podniku. Firma Kočkář Emma s. r. o bude poskytovat především tyto produkty:

- kvalitní druhy kávy,
- sypané čaje,
- domácí limonády,
- různé druhy zákusků,
- internetové služby (WiFi).

Cena

Určit cenu v této oblasti podnikání je obtížné, a to především vzhledem k různorodosti nabízených produktů. Firma musí stanovit cenu tak, aby pokryla náklady na výrobky a zároveň dosahovala zisku i když ještě nemá stálou klientelu. Cena musí pokrýt pořizovací náklady spojené s pořízením zásob a přinést podnikateli také zisk. Musí být atraktivní pro zákazníky a zrcadlit kvalitu nabízených výrobků. Pokud je cena produktů příliš nízká podnikatel nedosahuje zisku, pokud je naopak hodně vysoká, zákazníci to může odradit. Kočkář Emma bude při stanovování ceny přihlížet k pořizovacím/celkovým nákladům, a také k cenám konkurence.

Následující tabulka zobrazuje kalkulaci na jednotku kávy, čaje a zákusku. Bylo počítáno s průměrnými cenami, tzn. cena u jednotlivých druhů káv, zákusků a čajů se může mírně lišit.

Tabulka 8 Kalkulace na jednotku

Položka kalkulační	káva (v Kč)	čaj (v Kč)	zákusek (v Kč)
Přímý materiál	6	2,64	35
Přímé mzdy	0	0	0
ostatní přímé náklady	0	0	0
vlastní náklady výroby	6	2,64	35
správní režie (elektřina, voda)	0,5	0,5	0
vlastní náklady výkonu	6,5	3,14	35
odbytová režie	0	0	0
úplné vlastní náklady výkonu	6,5	3,14	35
zisk	40,5	40,9	5
prodejní cena bez DPH	41	38	35
DPH 15%	6	6	5
Prodejní cena s DPH	47	44	40

Zdroj: vlastní zpracování

Z kalkulačního vzorce vyplývá že cena kávy bude činit 47 Kč, cena čaje 44 Kč a zákusek bude prodáván za 40 Kč.

Distribuce

Distribuci zahrnuje cestu výrobků od výrobce až ke konečnému zákazníkovi. Veškeré zboží je nakupováno od předem prověřených dodavatelů, kteří zajišťují chod kavárny pravidelnými dodávkami výrobků. Distribuce je založena na přímém kontaktu dodavatele s odběratelem, tzn. jedná se o přímou distribuci.

Propagace

Propagace podniku je zajišťována rozmanitými komunikačními nástroji. Hlavním nástrojem pro zviditelnění kavárny je reklama na internetu a letáčích umístěných na legálních inzerčních místech. Základní informace o podniku, jeho výrobních a pořádaných akcích, případně jiných novinkách naleznou zákazníci jak na internetových a facebookových stránkách podniku, tak na informačních materiálech dostupných přímo v kavárně. Podnik bude dále využívat vizitky vyrobené firmou TRIOCOPY, s.r.o., které budou taktéž dostupné v prostorách kavárny.

4.8 Finanční plán

Díličními částmi finančního plánu jsou predikované náklady a výnosy, vybrané zdroje financování daného podnikatelského záměru, výkaz zisku a ztráty a počáteční rozvaha. Odhadované náklady jsou tvořeny náklady spojenými se zahájením podnikání, náklady na vybavení kavárny a také provozními náklady. Kalkulace nákladů na provoz bude provedena na jednotlivé měsíce v rámci jednoho roku.

Odhadované výnosy a cash flow budou vypočítány na období 5 let činnosti podniku ve třech variantách a to: optimistická, realistická a pesimistická.

4.8.1 Předpokládané náklady spojené se zahájením činnosti podniku

Předpokládané náklady jsou spojeny především se založením podniku, pořízením vybavení a zásob kavárny a také s marketingovými výdaji. Struktura jednotlivých nákladů je uvedena v následující tabulce.

Tabulka 9 Předpokládané náklady spojené se zahájením činnosti podniku

Založení podniku	Složení základního kapitálu	1 Kč
	Zápis do obchodního rejstříku (provádí jej notář)	0 Kč
	Odměna notáře za sepsání notářského zápisu o osvědčení pro zápis do veřejného rejstříku	1 000 Kč
	Odměna notáře za sepsání zápisu o založení s r. o.	2 000 Kč
	Odměna notáře za provedení zápisu do OR	300 Kč
	Poplatek za ohlášení živnosti	1 000 Kč
	Výpis z rejstříku trestů 2x (za 2 společníky)	200 Kč
	Výpis z katastru nemovitostí	100 Kč
	Poplatek za úřední ověření podpisu společníka na souhlasu se zápisem do OR 2x	60 Kč
	Poplatek za úřední ověření podpisu na souhlasu s umístěním sídla s r. o. 2x	60 Kč
	Celkem	4 721 Kč
Vybavení provozovny	Dlouhodobý majetek do 40 000 Kč	121 110 Kč
	Dlouhodobý majetek nad 40 000 Kč	60 790 Kč
	Celkem	181 900 Kč
Zásoby	Káva, čaj, zákusky apod.	20 000 Kč
	Celkem	20 000 Kč
Rekonstrukce	Rekonstrukce vnitřních prostor kavárny	200 000 Kč
	Celkem	200 000 Kč
	Vizitky 200 Ks	1 000 Kč
	Reklamní letáky 200 Ks	1 000 Kč
	Celkem	2 000 Kč
Celkem	408 621 Kč	

Zdroj: vlastní zpracování

Administrativní poplatky související se založením společnosti s ručením omezeným jsou v hodnotě 4 721 Kč. Částka za kompletní vybavení provozovny činí 181 900 Kč. Rekonstrukce prostor kavárny vychází na 200 000 Kč. Marketingové náklady podniku tvoří částka 2 000 Kč.

Náklady spojené se zahájením činnosti kavárny jsou vyčísleny na částku 408 621 Kč.

4.8.2 Kalkulace provozních nákladů

Tabulka 10 Kalkulace provozních nákladů

Druh provozního nákladu	Měsíční náklady	Roční náklady
Nájemné	40 000	480 000
Energie, voda	21 000	252 000
Zásoby	20 000	240 000
Poplatky za telefon a internet	399	4 788
Hygienické potřeby a čisticí prostředky	600	7 200
Krmivo pro kočky	2 000	24 000
Písek pro kočky	2 000	24 000
Odčervení koček	600	7 200
Výdaje na akutní veterinu	2 000	24 000
Pokladní systém Dotykačka	700	8 400
Poplatky za hudbu organizaci OSA	237	2 844
Poplatky za hudbu intergram	158	1 896
Vedení účetnictví	1 500	18 000
Měsíční náklady na marketing	2 000	24 000
Sociální a zdravotní pojištění	8 426	101 112
odpisy	0	6 687
Celkem	101 620	1 226 127

Zdroj: vlastní zpracování

Z údajů v tabulce vyplývá, že měsíční náklady dosahují výše 101 620 Kč. Pronájem prostor byl zajištěn prostřednictvím webové stránky www.Sreality.cz. Měsíční náklady za energii a vodu jsou tvořeny částkou 21 000 Kč.

Částka 399 Kč/měsíc tvoří poplatky za telefon a internet. Pořízení čisticích prostředků na měsíc bylo vyčísleno na částku 600 Kč. Za měsíční vedení účetnictví firma vynaloží 1500 Kč. Sociální a zdravotní pojištění počítáno za 2 společníky činí 8 426 Kč za měsíc, přičemž je vycházeno z aktuálního vyměřovacího základu pro rok 2018.

Náklady spojené se založením podniku činí měsíčně 101 620 Kč a ročně po přičtení odpisů 1 226 127 Kč. Po sečtení nákladů spojených se zahájením činnosti podniku s provozními náklady na 1. měsíc činnosti podniku, činí celková částka nutná k zahájení podnikání 510 241 Kč. K částce ještě bude připočtena rezerva ve

výši 100 000 Kč. Celková suma tedy činí 610 241 Kč. avšak pro lepší přehlednost byla tato částka zaokrouhlena na 611 000 Kč.

Podnik zakládají dva společníci, z nichž každý vloží do podnikání 170 000 Kč. Dále je potřeba zajistit další zdroje financování ve výši 271 000 Kč.

Pro rozhodování, jaký další zdroj financování využít, byly zmapovány a zhodnoceny tři různé varianty cizích zdrojů. Prvním z nich je podnikatelský úvěr od banky, druhým je nebankovní podnikatelský úvěr a posledním je vklad tichého společníka.

4.8.3 Varianty cizích zdrojů financování

Bankovní podnikatelský úvěr

Podnikatelský úvěr Profi Úvěr Start od Komerční banky s ročním úrokem 9,9 % a měsíčním splácením po dobu až 5 let nabízí malým až středním podnikům s obratem pod 60 mil. Kč až 1 000 000 Kč na financování zásob, pohledávek, strojů, budov, automobilů, nákup materiálu, vybavení kanceláře atd.

Úvěr je možné získat do 2 týdnů od poskytnutí potřebných údajů bance, a to na základě vyplnění dotazníku na stránkách banky a posouzení podnikatelského plánu bankovním poradcem.

Zdroj: (Komerční banka, [online] cit. 2017-09-03)

Nebankovní podnikatelský úvěr – Nebankovní úvěry pro podnikatele od společnosti Profi Credit

Další variantou získání prostředků pro podnikání je nebankovní podnikatelský úvěr. Získání tohoto úvěru není podmíněno ziskem ani účelem podnikatelského záměru, k jeho sjednání stačí pouze prokázání se potřebnými doklady. Maximální výše úvěru je 200 000 Kč a jeho sjednání je možné do 24 hodin. Doba splatnosti je 5-10 let.

Zdroj: (Profi Credit, [online] cit. 2017-09-03)

Vklad tichého společníka

Tichým společníkem je osoba, pro kterou vklad do společnosti představuje finanční investici. Společník se podílí na podnikání svým vkladem a za to se mu podnikatel zavazuje platit určitou část z čistého zisku. Ve smlouvě o tichém společenství musí být uveden rozsah účasti společníka na případné ztrátě. Tichý společník ručí za ztrátu maximálně do výše svého vkladu, pokud však chce může

splatit celou dlužnou částku. Tichý společník je po dobu trvání obchodního vztahu anonymní a nevystupuje ve vztazích vůči třetím osobám.

Zdroj: (Office House, [online] cit. 2017-09-03)

Po důkladném porovnání nabídek a zvážení podmínek finančních institucí byla jako nejvhodnější varianta financování zvolen vklad tichého společníka.

4.8.4 Předpokládané výnosy v jednotlivých letech

Výnosy jsou odhadovány na základě analýzy zákazníků. Z výsledků zjištěných dotazníkovým šetřením vyplývá, že 22,8 % zákazníků utratí za návštěvu kavárny do 100 Kč, zatímco 52,6 % zákazníků je ochotno zaplatit od 100-200Kč. Zbývající 24,6 % je ochotno za jednu návštěvy kavárny utratit více než 200 Kč.

Odhad průměrné tržby na 1 zákazníka je 150 Kč a počet míst v kavárně je 28. Následující tabulka zobrazuje předpokládané výnosy v Kč v 1. roce, rozepsané do jednotlivých měsíců podle počtu dní v měsíci.

Tabulka 11 Předpokládané výnosy v 1. roce podnikání za jednotlivé měsíce

Měsíc	Počet dní v měsíci	Počet zákazníků na den-varianty		
		Optimistická (35 zákazníků)	Realistická (25 zákazníků)	Pesimistická (18 zákazníků)
Leden	31	162 750	116 250	83 700
Únor	28	147 000	105 000	75 600
Březen	31	162 750	116 250	83 700
Duben	30	157 500	112 500	81 000
Květen	31	162 750	116 250	83 700
Červen	30	157 500	112 500	81 000
Červenec	31	162 750	116 250	83 700
Srpen	31	162 750	116 250	83 700
Září	30	157 500	112 500	81 000
Říjen	31	162 750	116 250	83 700
Listopad	30	157 500	112 500	81 000
Prosinec	31	162 750	116 250	83 700
Za rok	365	1 916 250	1 368 750	985 500

Zdroj: vlastní zpracování

Odhadovaná obsazenost kavárny je v optimistické variantě 70 %, v realistické 50 % a v pesimistické 40 %. Výpočet na den zahrnuje i předpokládanou opakovanou obsazenost míst. Tržby podniku v jednotlivých měsících jsou spočítány jako součin

počtu dní v měsíci, počtu zákazníků, kteří kavárnu za den navštíví a průměrné útraty na zákazníka.

Měsíční provozní náklady kavárny činí 101 620 Kč. Realistická a optimistická varianta jsou vyhovující, pesimistická varianta náklady na provoz nepokrývá.

V následující tabulce jsou zobrazeny výnosy za jednotlivé roky v optimistické, realistické a pesimistické variantě. V prvním roce jsou tržby u realistické varianty 1 368 750 Kč. V dalších letech je očekáváno zvýšení tržeb každý rok o 5 %. (tzn. 2.rok o 5 %, 3.rok o 10 %, atd.)

Tabulka 12 Předpokládané výnosy v tis. Kč v jednotlivých letech

	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok
Optimistická	1916250	2012063	2107875	2203688	2299500
Realistická	1368750	1437188	1505625	1574063	1642500
Pesimistická	985500	1034775	1084050	1133325	1182600

Zdroj: vlastní zpracování

4.9 Finanční analýza

Finanční analýza slouží ke zjišťování finanční situace podniku. Prostřednictvím různých metod je tak možné určit, zdali podnik může prosperovat či nikoliv.

4.9.1 Výkaz zisku a ztráty

V následující tabulce výkazu a ztráty jsou zaznamenány provozní náklady firmy a také odhadované výnosy ve třech variantách (optimistická, realistická, pesimistická). Prostřednictvím rozdílu mezi výnosy a náklady je zde zjištěn výsledek hospodaření pro jednotlivé varianty. Výkaz zisku je sestaven na dobu 5 let podnikání firmy.

Tabulka 13 Výkaz zisku a ztráty

	1.rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok
Optimistická varianta					
Výnosy	1916250	2012063	2107875	2203688	2299500
Náklady	1226127	1335254	1347254	1359254	1371254
Provozní výsledek hospodaření	690123	676809	760621	844434	928246
Daň z příjmů za běžnou činnost (19%)	131123	128594	144518	160442	176367
Výsledek hospodaření po zdanění (čistý zisk)	559000	548215	616103	683992	751879
Realistická varianta					
Výnosy	1368750	1437188	1505625	1574063	1642500
Náklady	1226127	1335254	1347254	1359254	1371254
Provozní výsledek hospodaření	142623	101934	158371	214809	271246
Daň z příjmů za běžnou činnost (19%)	27098	19367	30090	40814	51537
Výsledek hospodaření po zdanění (čistý zisk)	115525	82567	128281	173995	219709
Pesimistická varianta					
Výnosy	985500	1034775	1084050	1133325	1182600
Náklady	1226127	1335254	1347254	1359254	1371254
Provozní výsledek hospodaření	-240627	-300479	-263204	-225929	-188654
Daň z příjmů za běžnou činnost (19%)	0	0	0	0	0
Výsledek hospodaření po zdanění (čistý zisk)	-240627	-300479	-263204	-225929	-188654

Zdroj: vlastní zpracování

Náklady v tabulce č. 13 zahrnují kromě provozních nákladů i rovnoměrné odpisy kávovaru, jejichž výpočet je součástí přílohy č. 3.

Při porovnání všech variant z tabulky vyplývá, že v případě poslední varianty (pesimistické) by bylo nevhodné podnikatelský plán realizovat, a to z důvodu ztráty ve všech letech podnikání. Realistická varianta oproti tomu vykazuje kladný stav ve všech letech a mírně stoupající zisk. Optimistická varianta vykazuje nejlepší výsledky, ale je vhodné je brát s rezervou a spíše počítat s variantou realistickou. Jestliže firma dosáhne předpokládaného zisku, vyplatí příští rok 20 % ze zisku tichému společníkovi, na základě smlouvy o tichém společenství.

4.9.2 Počáteční rozvaha

Rozvaha je sestavována ke dni zahájení činnosti podniku, tzn. k 1.1. 2019. Celkový majetek firmy je 611 000 Kč. Dlouhodobý majetek představuje kvůli pořizovací ceně pouze profesionální kávovar, jehož cena přesahuje hranici 40 000 Kč.

V oběžném majetku je zahrnuto veškeré vybavení kavárny, včetně zásob. Dále jsou zde zahrnuty peníze na běžném účtu, které představují částku 409 100 Kč. Cena u zásob je nižší, protože se počítá s jejich pravidelným dokupováním v průběhu roku na základě dohody s jednotlivými dodavateli. Majetek firmy je kryt vlastním kapitálem a také rezervou o částce 100 000 Kč.

Tabulka 14 Počáteční rozvaha

Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek	181 900	Vlastní kapitál	340 000
Dlouhodobý majetek hmotný	60790	Základní kapitál	340 000
Dlouhodobý drobný hmotný majetek	121 110		
Oběžný majetek	429 100	Cizí kapitál	271 000
Zásoby	20 000	Rezervy	100 000
Peněžní prostředky na účtech	409 100	Dlouhodobé závazky	171 000
Aktiva celkem	611 000	Pasiva celkem	611 000

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka číslo 14 znázorňuje počáteční rozvahu firmy, kde součet aktiv činí 611 000 Kč. Dlouhodobý majetek činí částku 181 900 Kč. Oběžný majetek o celkové částce 429 100 Kč tvoří počáteční zásoby v částce 20 000 Kč a peněžní prostředky na účtech ve výši 409 100 Kč. Zdroje krytí majetku tvoří vlastní kapitál částkou 340 000 Kč a cizí kapitál ve výši 271 000 Kč. Cizí kapitál je tvořen rezervami v částce 100 000 Kč a dlouhodobé závazky vůči tichému společníkovi ve výši 171 000 Kč.

V následujícím měsíci vznikly firmě náklady související s provozováním kavárny ve výši 101 620 Kč. Tyto náklady tvoří předpoklad pro krátkodobé závazky, jež budou sloužit pro výpočet poměrových ukazatelů u finanční analýzy (viz 4.9.4).

4.9.3 Plán peněžních toků (Cash flow)

Následující tabulka zobrazuje údaje o peněžním toku ve firmě. Pro výpočet cash flow byla použita nepřímá metoda, která počítá s čistým ziskem upraveným o odpisy, změnu stavu zásob a krátkodobých závazků.

Tabulka 15 Plán peněžních toků (Cash flow) v Kč

	Plán peněžních toků – nepřímý způsob výpočtu	1.rok	2. rok	3. rok
+	Výsledek hospodaření po zdanění (čistý zisk)	115 525	82 567	128 281
+	Odpisy	6 687	13 526	13 526
-	Změna stavu zásob	20 000	21 000	22 000
+	Změna stavu pohledávek	0	0	0
+	Změna stavu krátkodobých závazků	101620	101620	101620
=	Cash flow z provozní činnosti	203832	176713	221427
-	Zvýšení dlouhodobých aktiv	0	0	0
=	Cash flow z investiční činnosti	0	0	0
+	Změna bankovních úvěrů	0	0	0
+	Změna nerozděleného zisku minulých let	0	0	0
-	Emise akcií	0	0	0
+	Dividendy	0	0	0
=	Cash flow z finanční činnosti	0	0	0
=	Cash flow z činností celkem	203832	176713	221427

Zdroj: vlastní zpracování

4.9.4 Analýza metodou poměrových ukazatelů

Pro podnik Kočkář Emma byla zvolena analýza poměrových ukazatelů (rentability, aktivity, zadluženosti a likvidity,.) na 1. rok činnosti podniku. Jednotlivé ukazatele jsou vypočítány v následující tabulce.

Tabulka 16 Poměrové ukazatele

Vzorec č.	Poměrové ukazatele	Rok 2018
	a) zadluženost, majetková a finanční struktura	-
1.1	celková zadluženost	0,44
1.2	míra zadluženosti	0,8
1.3	doba splácení dluhů	0,84
	b) likvidita	-
1.4	běžná likvidita	4,22
1.5	pohotová likvidita	4,03
1.6	okamžitá likvidita	4,22
	c) rentabilita	-
1.7	rentabilita tržeb	0,1
1.8	rentabilita vlastního kapitálu	0,34
	d) ukazatele aktivity	-
1.9	obrat celkových aktiv	2,24
1.11	doba obratu závazků	27 dní

Zdroj: vlastní zpracování

Celková zadluženost podniku v 1. roce podnikání činí 44 %, což je velmi dobrá hodnota, která ukazuje že vlastní zdroje krytí majetku podniku převažují nad těmi cizími. Ukazatel doby splácení dluhu je osmina roku (tedy devět a půl měsíce). Okamžitá, pohotová a běžná likvidita podniku neboli schopnost přeměnění majetku firmy na finanční prostředky, vychází u všech těchto ukazatelů vyšší než jedna, tzn. podnik má většinu aktiv ve formě peněžních prostředků na běžném účtu. U rentability tržeb připadá na každých 10 Kč tržeb 1 Kč zisku. Celková aktiva obrátí 2,24 krát za rok. Firma průměrně uhradí své závazky za 27 dní.

5 Výsledky a diskuse

Analýza makroprostředí byla provedena za využití údajů Českého statistického úřadu. Mikroprostředí bylo analyzováno prostřednictvím elektronického dotazování.

Dotazníkového šetření se účastnilo 59 respondentů z čehož 78 % tvořilo ženy a zbylých 22 % muži. Z výzkumu vyplynulo, že 84,7 % respondentů si potrpí na kvalitní kávu a čaj a 39 % z celkového počtu respondentů tyto nápoje pije jednou či vícekrát za den. Na otázku, zdali by respondenti navštívili kavárnu, kde by se nacházely kočky, odpovědělo 69,5 % kladně. Otázka týkající se založení kočičí kavárny ve městě se dočkala taktéž kladné odpovědi, kdy 67,8 respondentů uvedlo, že by takovou kavárnu uvítali.

Z výsledků SWOT analýzy je možné usoudit, že nejsilnější stránkou podniku je inovativnost, kvalitní ingredience a dobrá lokace kavárny. Slabými stránkami jsou naopak nedostatek zkušeností v oboru a také slabší počáteční postavení na trhu oproti zavedeným konkurentům. Největší hrozbou pro firmu je nezájem zákazníků o kočičí kavárnu a potencionální negativní hodnocení veterinární správou.

Ceny výrobků byly vypočítány prostřednictvím kalkulačního vzorce. Cena kávy vyšla na 47 Kč, čaj na 44 Kč a ceny zákusku na 40 Kč. Jedná se o ceny průměrné, tzn. ceny jednotlivých výrobků se budou mírně lišit.

V rámci finančního plánu byly stanoveny předpokládané náklady na zahájení činnosti podniku a provozní náklady podniku. Náklady na zahájení činnosti podniku vyšly na 408 621 Kč. Provozní náklady na měsíc byly vypočteny na částku 101 620 Kč a roční 1 226 127 Kč. Dále byly vypočítány předpokládané tržby ve třech různých variantách: optimistická, realistická, pesimistická. Optimistická varianta má dle očekávání nejlepší výsledky. V realistické variantě činí tržby za první rok částku 1 368 750 Kč.

U finanční analýzy vyšel dle výkazu zisku a ztráty výsledek hospodaření po zdanění 115 525 Kč. Výsledek hospodaření ve druhém roce tvořila nižší částka, z důvodu zvýšení odpisů, avšak v dalších letech dochází k postupnému růstu zisku. Pesimistická varianta vychází ve všech letech v záporných číslech.

V počáteční rozvaze činil vlastní kapitál částku 340 000 Kč, zatímco cizí zdroje 271 000 Kč. Ve vlastním kapitálu byla také zahrnuta rezerva ve výši

100 000 Kč. Prostředky na zahájení podnikání byly stanoveny na 611 000 Kč, z této částky bylo 271 000 Kč financování prostřednictvím tichého společníka.

Cash flow za první rok činilo částku 203 832 Kč. U poměrových ukazatelů vycházela celková zadluženost podniku na 44 %. Výsledky pohotové likvidity vycházely vyšší, než je doporučované rozmezí do 1,5.

Výsledky byly porovnávány se dvěma odbornými pracemi v následující tabulce v Kč.

Tabulka 17 Diskuze výsledků finanční analýzy s jinými odbornými pracemi

	KOČKAŘE EMMA s.r.o.	BIO KAVÁRNA s.r.o.	KAV. OBÝVÁK s.r.o.
Startovní kapitál	611 000	662 000	701 021
Předpokládané náklady spojené se zahájením podnikání	408 621	538 270	593 155
Provozní náklady na 1 měsíc	101 620	123 520	94 366
Predikované výnosy za 1. rok:			
Optimistická varianta	1 916 250	2 025 750	3 010 000
Realistická varianta	1 368 750	1 642 500	2 650 000
Pesimistická varianta	985 500	1 259 250	1 930 000
Výsledek hospodaření před zdaněním:			
Optimistická varianta	690 123	380 136	453 244
Realistická varianta	142 623	150 186	196 101
Pesimistická varianta	-240 627	- 81 144	-1 962 005
Cash flow za 1. rok realistická varianta	203 832	203 280	196 101

Zdroj: vlastní zpracování

Kočkař Emma s.r.o. má v porovnání s obdobnými podnikatelskými záměry nejnižší startovní kapitál i předpokládané náklady na zahájení podnikání. Predikované výnosy jsou opět nižší v porovnání s ostatními, což je ale způsobeno nižším počtem míst oproti ostatním dvěma kavárnám. Kavárna Kočkař Emma vykazuje nejvyšší náklady, ale také nejmenší zisky.

6 Závěr

Hlavním cílem bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského záměru na založení a provozování kočičí kavárny ve městě Kolín. Dílčími cíli bylo vytvořit marketingový a finanční plán podniku a taktéž zhodnocení, jestli může být podnikatelský záměr uskutečnitelný v praxi či nikoliv. K dosažení cíle bylo použito následujících metod:

Pro analýzu makroprostředí byla využita tzv. PEST analýza, která využívá politické, ekonomické, sociální a technologické faktory. Mikroprostředí bylo analyzováno prostřednictvím analýzy zákazníků, která byla provedena dotazníkovým šetřením a také Porterovým modelem pěti sil, který posloužil pro analýzu konkurence.

SWOT analýza byla použita k posouzení silných a slabých stránek projektu. V rámci marketingového plánu byl stanoven marketingový mix zahrnující produkt, cenu, distribuci a propagaci. Hlavními produkty podniku budou kvalitní kávy a čaje a dále domácí limonády a zákusky. Kavárna poskytne internetové služby (WiFi). Průměrné ceny produktů byly vypočítány kalkulačním vzorcem. Podnik zvolil přímou distribuci, tzn. bude docházet k přímému kontaktu dodavatele s odběratelem. Propagace podniku bude zajištěna prostřednictvím letáků, webových stránek a také na sociálních sítích.

Vyhodnocením výsledků použitých metod bylo zjištěno, že podnikatelský záměr lze uskutečnit ve variantách optimistické a realistické, nelze uskutečnit ve variantě pesimistické.

7 Seznam použitých zdrojů

Literatura:

BLAŽKOVÁ, Martina. Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1535-3.

ČERVENÝ, Radim. Business plán: krok za krokem. V Praze: C.H. Beck, 2014. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-511-4.

FORET, Miroslav. Marketing pro začátečníky. Brno: Edika, 2012. ISBN 978-80-266-0006-0.

KNÁPKOVÁ, Adriana, Drahomíra PAVELKOVÁ a Karel ŠTEKER. Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-4456-8.

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

SEDLÁČEK, Jaroslav. Finanční analýza podniku. 2., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3386-6.

SRPOVÁ, Jitka. Podnikatelský plán. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1263-1.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

SRPOVÁ, SVOBODOVÁ, SKOPAL a ORLÍK. Podnikatelský plán a strategie. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.

SYNEK, Miloslav. Manažerská ekonomika. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.

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

VEBER, Jaromír. Management: základy, prosperita, globalizace. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-029-5.

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

BABKOVÁ, Veronika. Bio kavárna – podnikatelský záměr. Praha, 2012. Bakalářská práce. Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, katedra řízení, 2012.

HAVLÍK, Tomáš. Podnikatelský plán založení kavárny. Praha, 2015. Diplomová práce. Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, katedra řízení, 2015.

Internetové zdroje:

ČSÚ, Český statistický úřad, [online]. [cit. 2017-08-12].

Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich>

ČSÚ, Český statistický úřad, [online]. [cit. 2017-09-10]. Dostupné z:

https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?jsessionid=XS0HVc7EGSu58aVIGVe-TG5VQGR8VvZO3HL-bP-kwB_sZyiaAjLC!-223859370?page=vystup-objekt-parametry&katalog=31737&z=T&f=TABULKA&sp=A&pvo=ZAM09D&c=v209%7E2__RP2011MP12DP31&str=v209

ČSÚ, Český statistický úřad, [online]. [cit. 2017-09-18]. Dostupné z:

https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=ZAM01-B&z=T&f=TABULKA&skupId=426&katalog=30853&u=v413__VUZEMI__100__3026&&c=v3~8__RP2016&str=v467

ČSÚ, Český statistický úřad, [online]. [cit. 2017-12-31]. Dostupné z:

https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=ZAM09&z=T&f=TABULKA&katalog=30853&str=v172&c=v3~3__RP2016&u=v172__VUZEMI__100__3026

ČSÚ, Český statistický úřad, [online]. [cit. 2017-10-09]. Dostupné z:

<https://www.czso.cz/csu/xs/mzdy-xs>

ČSÚ, Český statistický úřad, [online]. [cit. 2017-10-09]. Dostupné z:

<https://www.czso.cz/csu/xs/prumerna-hruba-mesicni-mzda-ve-2-ctvrtleti-2017>

ČSÚ, Český statistický úřad, [online]. [cit. 2017-09-18]. Dostupné z:

www.czso.cz/csu/czso/mira_inflace

BUSINESSINFO.CZ, [online]. [cit. 2017-09-18]. Dostupné z:

www.businessinfo.cz/cs/dane/dan-z-pridane-hodnoty.html

PENÍZE.CZ, [online]. [cit. 2017-09-18]. Dostupné z:

www.penize.cz/80308-co-je-to-dan-z-pridane-hodnoty-dph, cit. 2017-09-18

OSA, Ochranný svaz autorský, [online]. [cit. 2017-09-02]. Dostupné z:

<http://www.osa.cz/dolni-menu/ke-sta%C5%BEen%C3%AD/sazebnik-osa.aspx>

INTERGRAM, [online]. [cit. 2017-09-02]. Dostupné z:

www.intergram.cz/files/sazebnik_vp_2017.pdf

STRATEG, [online]. [2017-11-24]. Dostupné z:

https://www.strateg.cz/Strategicka_analyza.html

EPRAVO.CZ, Mgr. Et Mgr. Filip Murár, 2016 [online]. [2017-11-25]. Dostupné z:

<https://www.epravo.cz/top/clanky/kolik-stoji-zalozit-spolecnost-s-rucenim-omezenym-104072.html>

CASHFLOWREPORT.CZ, [online]. [2017-11-24]. Dostupné z:

<http://www.cashflowreport.cz/jak-sestavit-cashflow/>

KOMERČNÍ BANKA, [online]. [2017-09-03]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/uvery-a-financovani/financovani-investic/profi-uver-start/?ref=999012001>

PROFI CREDIT, [online]. [2017-09-03]. Dostupné z:

<http://www.proficredit.cz/nebankovni-uvery-pro-podnikatele/>

OFFICE HOUSE, [online]. [2017-09-03]. Dostupné z:
<https://www.officehouse.cz/2016/08/23/tichy-spolecnik-v-praxi/>

8 Přílohy

Seznam příloh

Příloha 1 Dotazník	59
Příloha 2 Výsledky dotazníku znázorněné v grafech.....	61
Příloha 3 Předpokládané náklady na vybavení kavárny a vybavení pro kočky v Kč	63
Příloha 4 Odpisy kávovaru.....	64
Příloha 5 Pravidla kočičí kavárny	65
Příloha 6 Menu kočičí kavárny	66

Příloha 1 Dotazník

1. Máte rádi dobrou kávu/čaj?
 - a) Ano
 - b) Ne
 - c) Příležitostně ano
2. Jak často pijete kávu/čaj?
 - a) Jednou a vícekrát denně
 - b) Jednou týdně
 - c) Více než jednou týdně
 - d) Jednou za měsíc
 - e) nikdy
3. Chodíte do kaváren? Pokud ano, jak často?
 - a) Jednou týdně
 - b) Více než jednou týdně
 - c) Jednou za měsíc
 - d) Do kaváren nechodím
4. Navštívil/a byste kavárnu, kde by byly kočky?
 - a) Ano
 - b) Ne, kočky nemám ráda
 - c) Ne, jsem na kočky alergický/á
 - d) Ne, nechci, aby mě kočky obtěžovaly
5. Líbila by se Vám kočičí kavárna ve Vašem městě?
 - a) Ano
 - b) Ne
6. Kolik jste ochoten/na v průměru utratit při návštěvě kavárny?
 - a) Do 100 Kč
 - b) 100 – 200 Kč
 - c) Více než 200 Kč
7. Kde pijete kávu nejčastěji?
 - a) Doma
 - b) V práci
 - c) V kavárně

8. Jaký je Váš statut?

- a) Zaměstnaný/aná
- b) Student
- c) Podnikatel/ka
- d) důchodce

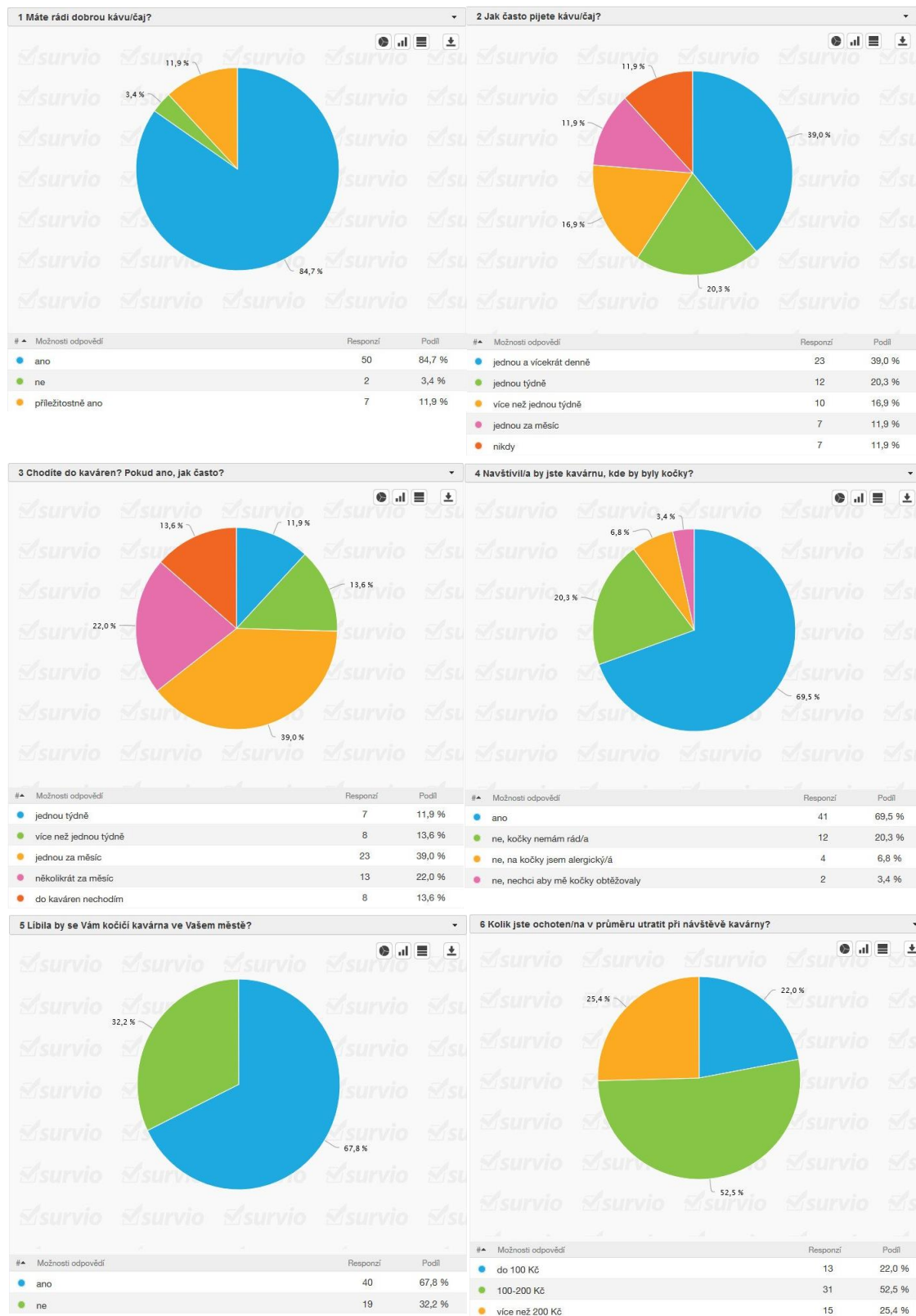
9. Jste muž nebo žena?

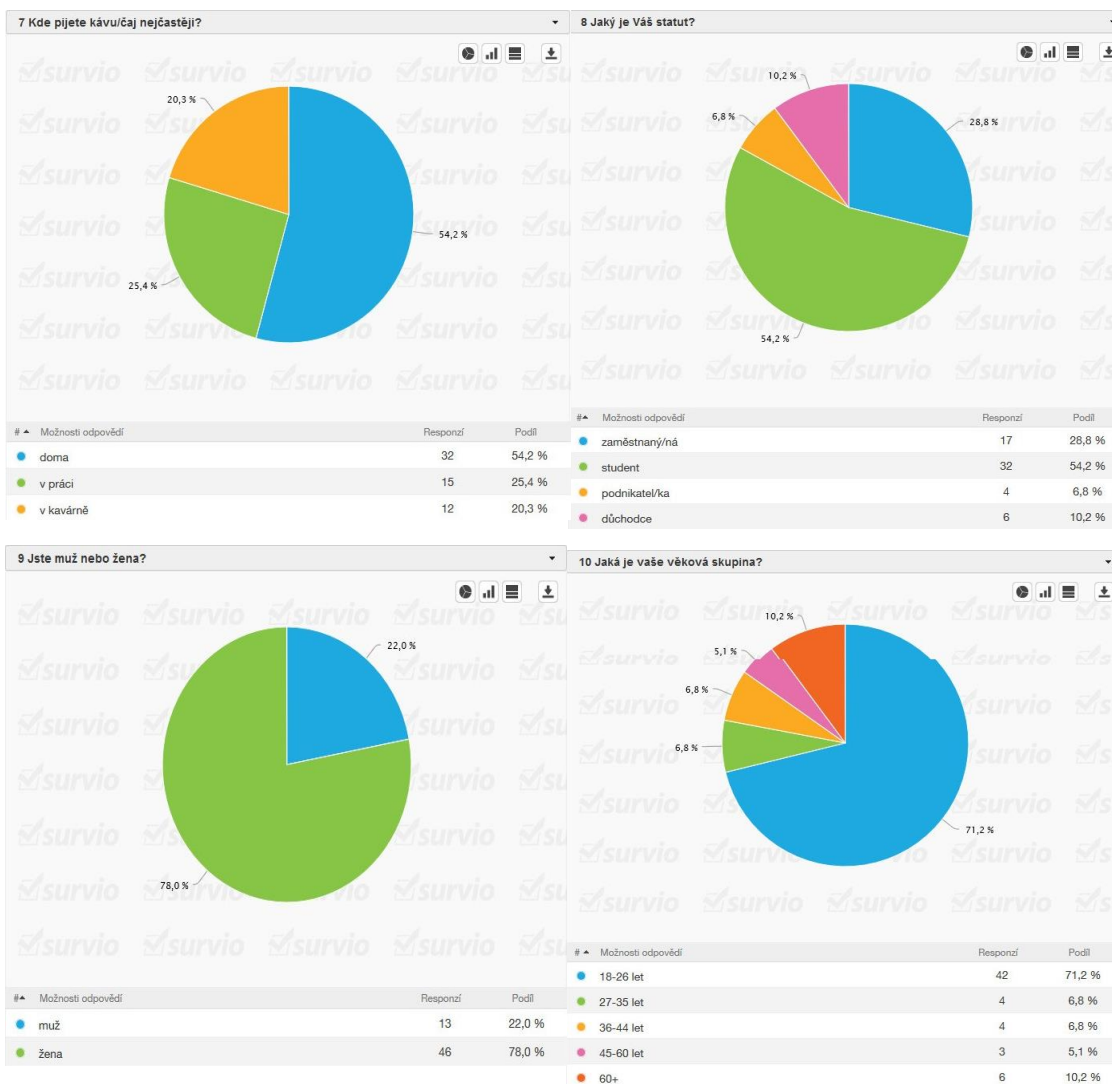
- a) Muž
- b) Žena

10. Jaká je vaše věková skupina?

- a) 18-26 let
- b) 27-35 let
- c) 36-44 let
- d) 45-60 let
- e) 60 +

Příloha 2 Výsledky dotazníku znázorněné v grafech





Příloha 3 Předpokládané náklady na vybavení kavárny a vybavení pro kočky v Kč

Název položky	Cena za 1 ks	Počet kusů	Celková cena
Stůl STRAKOŠ Metis s kovovými nohama (4 místný)	1 850	5	9 250
Stolek Cubic Grey hliníkový (2 místný)	2 775	4	11 100
Židle s čalouněným sedátkem dublino IC 917 ST	1 948,5	28	54 558
Kávovar Jura XJ5 Professional Brillantsilver	60 790	1	60 790
Chladicí vitrina Snaige CD350 100D	11 490	1	11 490
Reproduktory Crono CS-2003 2.0	249	1	249
Dekorace	-	-	8 000
Věšák	400	2	800
Vybavení kuchyně včetně spotřebičů	-	-	16 575
Vybavení pro kočky	viz tabulka dále		9 088
Celkem	-	-	181 900

Vybavení pro kočky v jednotlivých položkách			
Název položky	Cena za ks	Počet ks	Celková cena
Pelíšek pro psy a kočky Trixie SAMMY flauš černý/hnědé tlapky	199	5	995
Krytá toaleta s filtrem a rukojetí zn. Argi, kód produktu: AL-84188	319	7	2 233
Miska na jídlo (www.bitiba.cz)	35	9	315
Miska na pití (www.bitiba.cz)	35	7	245
Plastová fontána na vodu s protiskluzem Argi - 2000 ml	599	1	599
Kožeštinová kulička s catnipem	12	5	60
Vábnička s barevným peřím	29	7	203
Myš malá šedá chrastící	18	5	90
Kočí poličky (www.kocicistromy.cz)	750	2	1500
Škrábací strom White Flower (www.bitiba.cz)	1319	1	1319
Tmavě modrý škrábací strom pro kočky 130 cm, 2 pelíšky (www.vidaxl.cz)	1529	1	1529
Celkem	-	-	9088

Příloha 4 Odpisy kávovaru

Kávovar je zařazen do dlouhodobého hmotného majetku do 2. skupiny, kde je doba odepisování stanovena na 5 let. Pořizovací cena činí 60 790 Kč a byla zvolena metoda lineárního odpisování. V prvním roce je koeficient 11, v dalších letech 22,25.

Rok	Výpočet odpisu	Výše odpisu	oprávky	Zůstatková cena
1.	$60790 * 11 / 100$	6687	6687	54103
2.	$60790 * 22,25 / 100$	13526	20213	40577
3.	$60790 * 22,25 / 100$	13526	33739	27051
4.	$60790 * 22,25 / 100$	13526	47264	13526
5.	$60790 * 22,25 / 100$	13526	60790	0

Příloha 5 Pravidla kočičí kavárny

Pravidla kočičí kavárny

Pravidla chování pro návštěvníky kočičí kavárny

1. Vstupem do kavárny se zákazník zavazuje dodržovat Pravidla Kočičí kavárny, které jsou k dispozici u obsluhy a na každém stolku. V případě nedodržení těchto pravidel může být zákazník vykáán z kavárny.
2. Návštěvník vstupuje do kavárny na vlastní zodpovědnost
3. Návštěvník bere na vědomí, že po kavárně je kočkám umožněn volný pohyb, tudíž by do prostoru kavárny neměli vstupovat osoby s alergií na kočky, rodiče s dětmi, které jsou alergické na kočky a další..
4. Všichni rodiče jsou zodpovědní za chování svých dětí
5. Do kavárny je zakázán vstup nemocným osobám.

Pravidla chování ke kočkám

1. Respektujte prosím kočičí soukromí (pokud kočka nemá náladu na hraní, nenuťte ji)
2. Kočky nefotíme s bleskem
3. Nekrmte kočky svými zákusky/kafem ani jiným přineseným jídlem
4. Nerušte spící kočky
5. Pokud s sebou máte malé děti, dohlédněte prosím, aby kočkám neubližovaly

Předem děkujeme za dodržování těchto pravidel.

Příloha 6 Menu kočičí kavárny



KOČKAFÉ EMMA – Vaše kočičí kavárna



Káva

Americano.....	45 Kč
Alžírská káva.....	45 Kč
Barbados.....	49 Kč
Belgické pralinky.....	49 Kč
Brazílie Santos.....	49 Kč
Cappucino.....	49 Kč
Dvojité Espresso.....	47 Kč
Espresso.....	45 Kč
Havajský ořech.....	45 Kč
Irish Cream.....	45 Kč
Latté.....	45 Kč
Ledová káva.....	45 Kč
se zmrlinou/šlehačkou	50 Kč
Turecká káva.....	48 Kč
Příchuť do kávy.....	+ 5 Kč

Něco sladkého

Dezerty dle denní nabídky.....	od 25 – 70 Kč
(k vidění v lednici)	
Vafle se zmrlinou a šlehačkou....	45 Kč
Zmrzlinový pohár s ovocem.....	49 Kč
Horké maliny se zmrlinou.....	49 Kč

Teplé nápoje

Horká čokoláda (tmavá/bílá).....	45 Kč
se šlehačkou/marshmellows.....	55 Kč
Domácí čaje.....	40 Kč
(Borůvka, Máta, Malina, Zázvor)	
Earl Green tea.....	35 Kč
Horké Jablko/Hruška.....	40 Kč

Studené nápoje

Domácí limonády bez sirupu 0,5 l...	49 Kč
Ledový čaj černý/zelený 0,5 l.....	45 Kč

