

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM**

2016-2017

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Lukáš Voráček**

**Podnikatelský plán v oblasti gastronomie**

Praha 2017

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Štefan Toth

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR FULL-TIME STUDIES**

2016-2017

**BACHELOR THESIS**

**Lukáš Voráček**

**The business plan in the field of gastronomy**

Prague 2017

The Bachelor Thesis Work Supervisor: Ing. Štefan Toth

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Jméno autora .....

## **Poděkování**

Děkuji vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Štefanu Tothovi, za odborný dohled a cenné rady, které mi poskytl.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zaměřuje na vytvoření podnikatelského záměru k provozování kavárny. Obsahuje teoretickou a praktickou část. Teoretická část vymezuje základní pojmy potřebné k založení a provozování podnikání. Praktická část obsahuje rozpracování jednotlivých částí podnikatelského záměru – provozu konkrétního podniku. Cílem bylo zjistit, zda podnikatelský plán odpovídá skutečnosti a zda podnik bude dosahovat kladného hospodářského výsledku.

## **Klíčová slova**

Podnikatelský plán, podnikání, podnikatel, obchodní korporace, marketingová strategie, kavárna.

## **Annotation**

This bachelor thesis focuses on developing a business plan to operate a café (it includes theoretical and practical part). The theoretical part defines the basic concepts needed to behind, opening and operating a business. The practical part includes the development of individual parts of the business plan - the operation of a particular enterprise. The goal was to determine if a business plan corresponds to the reality and whether the company will achieve a positive economic result.

## **Keywords**

Business plan, business, entrepreneur, business corporations, marketing strategy, café.

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA</b> .....	<b>10</b>
1.1 Struktura podnikatelského plánu.....	10
1.2 Všeobecná kritéria hodnocení.....	11
<b>2 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ PODNIKÁNÍ</b> .....	<b>12</b>
2.1 Obchodní majetek.....	12
2.2 Obchodní firma .....	12
2.3 Jednání za podnikatele .....	13
2.4 Provozovna .....	13
<b>3 OBCHODNÍCH KORPORACE</b> .....	<b>14</b>
3.1 Právní formy podnikání .....	15
3.2 Živnostenské podnikání .....	16
3.2.1 Živnosti ohlašovací.....	17
3.2.2 Živnosti koncesované .....	18
<b>4 MARKETINGOVÁ A OBCHODNÍ ANALÝZA</b> .....	<b>19</b>
4.1 Externí analýza.....	19
4.2 Interní analýza.....	21
4.3 SWOT analýza A Marketingový mix .....	22
<b>5 FINANČNÍ PLÁNOVÁNÍ</b> .....	<b>23</b>
<b>PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>24</b>
<b>GALERIE CAFÉ</b> .....	<b>24</b>
<b>6 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O PODNIKÁNÍ</b> .....	<b>25</b>
6.1 Hlavní hodnoty.....	27
6.2 Organizační provoz.....	27
6.3 Popis nabízených produktů a strategie.....	30
<b>7 ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ</b> .....	<b>31</b>
7.1 Analýza dodavatelů.....	31
7.2 Analýza cílových zákazníků .....	32

<b>8</b>	<b>PORTERŮV MODEL PĚTI KONKURENČNÍCH SIL .....</b>	<b>33</b>
<b>9</b>	<b>PEST ANALÝZA.....</b>	<b>35</b>
9.1	Politické a právní .....	35
9.2	Ekonomické a ekologické.....	36
9.3	Sociálně – kulturní .....	37
9.4	Technické a technologické.....	37
<b>10</b>	<b>SWOT ANALÝZA.....</b>	<b>38</b>
<b>11</b>	<b>MARKETINGOVÁ STRATEGIE A CÍLE.....</b>	<b>39</b>
11.1	Marketingový mix.....	39
<b>12</b>	<b>FINANČNÍ PLÁNOVÁNÍ .....</b>	<b>42</b>
12.1	Zahajovací rozvaha .....	43
12.2	Odhad plánovaných tržeb .....	43
12.3	Výkaz zisků a ztrát.....	46
12.4	Cash flow .....	47
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>52</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>54</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK.....</b>	<b>57</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>58</b>



## ÚVOD

Bakalářská práce se zabývá podnikatelským plánem za účelem otevření nové kavárny v Pardubicích. Práce je členěna na teoretickou a praktickou část. Teoretická část vymezuje základní pojmy pro podnikání, seznámení právních forem podnikání a provoz podniku z hlediska finančního plánování, marketingové a obchodní strategie. Teoretická část je podkladem k sepsání podnikatelského plánu. Praktická část práce sestavuje samotný podnikatelský plán fiktivní kavárny Galerie Café v Pardubicích. Důležitou součástí vypracování plánu je sestavení kvalitního managementu, marketingu a finančního plánu.

Při zakládání nového podniku si tato problematika vyžaduje znalosti práva, daní, marketingu, managementu, financí a ekonomie. Vypracování životaschopného podniku zahrnuje přehled ekonomické situace na trhu a v oboru podnikání.

Finanční plánování práce obsahuje předpokládanou rozvahu, výkaz zisků a ztrát, a cash flow v prvním a druhém roce podnikání. Z hlediska marketingu práce obsahuje analýzu podnikatelského prostředí – popis trhu, dodavatelé, segment zákazníků, marketingový mix, SWOT analýzu, analýzu makroprostředí – PEST analýzu, analýzu mikroprostředí – Porterův model pěti sil.

Cílem práce je kompletní sestavení podnikatelského plánu, který bude obsahovat veškeré postupy a náležitosti pro nově vznikající subjekt a zahájení jeho činnosti. Předpokladem úspěchu podnikatelského subjektu je vypracování podnikatelského plánu, který detailně popisuje podnikatelské plány z marketingového a finančního hlediska. O tom, zda podnikatelský plán realizovat či nikoliv, vypovídá finanční plán podniku. Kvalitně zpracovaná analýza a plány jsou prvním krokem k úspěšnému zahájení podnikatelské činnosti.

V závěru práce by mělo dojít k zhodnocení, zda by byl tento podnikatelský plán dle finančního plánování realistický, životaschopný, ziskový, zda se dá očekávat zhodnocení vloženého kapitálu do podnikání, a jaké kroky jsou potřeba pro případný provoz podniku.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA

Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje podstatné vnější i vnitřní okolnosti, které souvisí s podnikatelským záměrem. Důvodem vytvoření podnikatelského plánu záleží na okolnostech. Plán je tvořen pro investory, banky, informovanost zaměstnanců, obchodní partnery či zjistit životaschopnost nebo reálnost podnikatelského záměru.<sup>1</sup>

Podnikatelský plán slouží k interním účelům, je však také vyžadován externími subjekty, jako jsou například banky, při získání podnikatelského úvěru. Jako interní dokument slouží k rozhodování, plánování a kontrolování. Někteří podnikatelé poskytují stručný výtah svým zaměstnancům pro získání přehledu o podniku.<sup>2</sup>

Přínosem podnikatelského plánu je získání užitečných poznatků z analýz, srozumitelné a přehledné uspořádání záměrů společnosti, předpokladů a rizik společnosti, zjištění plánu vývoje finančních toků, zjištění potřeby finančních prostředků a včasné odhalení slabín a rizik.<sup>3</sup>

### 1.1 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Osnova podnikatelského plánu bývá obvykle podobná, konkrétní struktura podnikatelského plánu musí odpovídat účelu a individualitě podnikatelského záměru. Následující obsah je příkladem členění podnikatelského plánu.

- titulní list,
- sumarizace a obsah,
- úvod,

---

<sup>1</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). S. 15.

<sup>2</sup> VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. Expert (Grada). s. 95.

<sup>3</sup> VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. Expert (Grada). s. 56 – 57.

- shrnutí
- popis podnikatelské příležitosti,
- cíle firmy a vlastníků,
- potenciální trhy,
- analýza konkurence,
- marketingová a obchodní strategie,
- realizační projektový plán,
- finanční plán,
- hlavní předpoklady úspěšnosti projektu a jeho rizika,
- přílohy.<sup>4</sup>

## 1.2 VŠEOBECNÁ KRITÉRIA HODNOCENÍ

Za hlavní kritéria pro hodnocení jakéhokoliv podnikatelského plánu lze považovat: jasnost a zřetelnost, promyšlenost základních kroků, míru rizik, plán omezení rizika, propracovanost marketingové a obchodní strategie, komplexnost informací o konkurenci a oboru.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 14 – 15.

<sup>5</sup> Tamtéž, s. 34.

## 2 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ PODNIKÁNÍ

Podnikání je definováno jako soustavná činnost, prováděna samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku. Při registraci podnikatelské činnosti se musí podnikatelské subjekty povinně registrovat u příslušného orgánu státní správy, soudu či jiné instituce. Tuto agendu zajišťují živnostenské úřady, finanční úřady, obchodní rejstříky apod.<sup>6</sup>

Podnikatelem může být fyzická nebo právnická osoba, která získala podnikatelské oprávnění, vykonává znaky podnikání a tuto činnost provádí za účelem zisku a s ochranou spotřebitele.<sup>7</sup>

Zákonem stanovené údaje o podnikatelích jsou vedeny v obchodním rejstříku, což je databáze všech obchodních subjektů, kterou provozuje Ministerstvo spravedlnosti na webové adrese [www.justice.cz](http://www.justice.cz). Každý má právo do obchodního rejstříku nahlížet, pořizovat z něj kopie a výpisy.<sup>8</sup>

### 2.1 OBCHODNÍ MAJETEK

Obchodním majetkem u fyzické osoby je majetek, který podnikateli patří a zároveň slouží podnikateli pro podnikání. Obchodní majetek právnické osoby je veškerý majetek společnosti. Vlastní zdroje financování jsou v rozvaze zaznamenány na straně pasiv, na účtu vlastního kapitálu.<sup>9</sup>

### 2.2 OBCHODNÍ FIRMA

Obchodní firma je název, pod kterým je podnikatel zapsán v obchodním rejstříku, zpravidla u fyzických osob pod jménem samotného podnikatele. Podnikatel nesmí mít

---

<sup>6</sup> SALACHOVÁ, Bohumila. *Právo v podnikání*. 2., aktualiz. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2012. Právo (Key Publishing). s. 7.

<sup>7</sup> PADRNOS, Jaroslav. *Vhled do právní úpravy českého obchodního práva*. Vyd. 1. Ostrava: Key Publishing, 2013. Právo (Key Publishing). s. 22.

<sup>8</sup> KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání*. 2., aktualiz. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. Podnikání. s. 11.

<sup>9</sup> SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). s. 35.

více obchodních firem než jednu. Obchodní firma nesmí působit klamavě a nesmí být zaměnitelná s firmou jiného podnikatele.<sup>10</sup>

### 2.3 JEDNÁNÍ ZA PODNIKATELE

Fyzická osoba jedná sama za společnost nebo její zástupce na vlastní odpovědnost. Podnikatel může udělit prokuru, která zmocňuje prokuristu ke všem právním úkonům, které vznikají při provozu podniku. Prokuru lze udělit pouze fyzické osobě.<sup>11</sup>

Právnícká osoba jedná prostřednictvím statutárního orgánu společnosti, kde všichni členové mají oprávnění zastupovat společnost ve všech záležitostech nebo za ni jedná její zástupce.<sup>12</sup>

### 2.4 PROVOZOVNA

Provozovna je prostor, kde dochází k provozování podnikání a musí splňovat předepsané normy a zákony. Při zřízení provozovny je potřeba provozovnu nahlásit u živnostenského úřadu, dále je potřeba souhlas stavebního úřadu a musí splňovat hygienické a požární předpisy. Podmínky záleží na činnosti podnikání.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> PADRNOS, Jaroslav. *Vhled do právní úpravy českého obchodního práva*. Vyd. 1. Ostrava: Key Publishing, 2013. Právo (Key Publishing). s. 26.

<sup>11</sup> KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání*. 2., aktualiz. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. Podnikání. s. 40.

<sup>12</sup> PADRNOS, Jaroslav. *Vhled do právní úpravy českého obchodního práva*. Vyd. 1. Ostrava: Key Publishing, 2013. Právo (Key Publishing). s. 28.

<sup>13</sup> HINGSTON, Peter. *Začněte podnikat*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2002. Průvodce drobným podnikáním. s. 172.

### 3 OBCHODNÍCH KORPORACE

Obchodní korporace se zakládá společenskou smlouvou, pokud společnost zakládá u kapitálových společností jediný zakladatel, sepisuje se zakladatelská listina. Společnost vzniká návrhem zápisu do obchodního rejstříku nejpozději do 6 měsíců od jeho založení.<sup>14</sup>

#### **Vklad**

Vklad je výše příspěvku, ke kterému se společník upíše při založení společnosti a který se stává majetkem společnosti. Při vzniku společnosti nemusí být vklad splacen v plné výši, ale může být splacen v průběhu období. Vklady mohou mít peněžní a nepeněžní formu.

Určení hodnoty nepeněžitého vkladu musí být dáno znalcem a souviset s předmětem podnikání.<sup>15</sup>

#### **Správce vkladu**

Před vznikem společnosti musí být pověřen příslušný správce vkladu, aby byly prokázány splacené části či nabytí předmětu do společnosti. Správce vkladu může být i zakladatel. Správou peněžitého vkladu u kapitálových společností může být pověřená banka, která vytvoří zvláštní účet, na který jsou vklady posílány. Banka nedovolí s účtem disponovat, dokud společnost nebude zapsána v obchodním rejstříku.<sup>16</sup>

#### **Základní kapitál a obchodní podíl**

Základní kapitál vzniká souhrnem všech vkladů. Povinně je vytvářen akciovou společností a společností s ručením omezením. Výše obchodního podílu se určí poměrem

---

<sup>14</sup> SALACHOVÁ, Bohumila. *Právo v podnikání*. 2., aktualiz. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2012. Právo (Key Publishing). s. 15.

<sup>15</sup> Tamtéž, s. 15.

<sup>16</sup> Splacení základního kapitálu, správce vkladu. In: *Správa společnosti* [online]. [cit. 2016-11-25]. Dostupné z: <http://www.spravaspolecnosti.cz/sprava-spolecnosti/splaceni-zakladniho-kapitalu-spravce-vkladu/>

vkladu společníka k základnímu kapitálu společnosti, nestanoví-li společenská smlouva jinak.<sup>17</sup>

Společníci mají právo podílet se na zisku společnosti, který je stanoven na základě řádné nebo mimořádné účetní závěrky, schválené nejvyšším orgánem společnosti. Společnost může poskytovat zálohu podílu na zisku, pokud z mezitímní účetní závěrky vyplývá, že má společnost dostatek prostředků na rozdělení zisku. Obchodní korporace nesmí vyplatit zálohu z vlastních zdrojů anebo by si přivodila úpadek.<sup>18</sup>

### 3.1 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ

Zákon o obchodních korporacích nabízí podnikatelům různé právní formy podnikání. Každá právní forma je podřízena dalším právním normám, které ovlivňují rozhodnutí o výběru správné formy podnikání. Obchodní korporace zahrnuje obchodní společnosti a družstva.<sup>19</sup>

Hlavní kritéria rozhodování o volbě právní formy:

- způsob a rozsah ručení,
- oprávnění k řízení podniku,
- počet zakladatelů,
- základní kapitál,
- administrativní náročnost při založení podniku, rozsah výdajů při provozu a založení podniku,
- účast na zisku či ztrátě,
- finanční možnosti,
- daňové zatížení,
- zveřejňovací povinnost.

Základní právní formy podnikání:

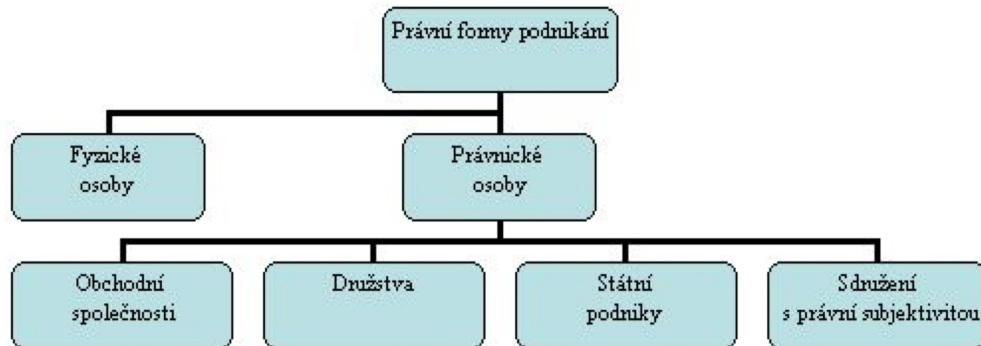
---

<sup>17</sup> KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání*. 2., aktualiz. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. Podnikání. s. 24.

<sup>18</sup> Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích

<sup>19</sup> SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 33.

- Právnická osoba – společnosti osobní, kapitálové a družstva.
- Fyzická osoba – živnostenské podnikání.<sup>20</sup>



**Obrázek 1: Schéma právních forem podnikání**

Zdroj:<sup>21</sup>

### 3.2 ŽIVNOSTENSKÉ PODNIKÁNÍ

Zákon definuje toto podnikání jako soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku. K tomu, aby právnická nebo fyzická osoba získala živnostenský list, musí nejprve živnost ohlásit u místně příslušného živnostenského úřadu.<sup>22</sup>

Živnost není například činnost lékařů, notářů, auditorů, makléřů, daňových poradců apod. Živnost může provozovat fyzická i právnická osoba, splní-li podmínky stanové zákonem.<sup>23</sup>

Podmínky provozování živnosti:

<sup>20</sup> Tamtéž, s. 33 – 34.

<sup>21</sup> HINGSTON, Peter. *Začněte podnikat*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2002. Průvodce drobným podnikáním. s. 164.

<sup>22</sup> SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 36.

<sup>23</sup> VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. Expert (Grada). s. 76.



a) Všeobecné podmínky

- plnoletost,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost (prokazuje se výpisem z trestného rejstříku, který není starší jak 3 roky).<sup>24</sup>

b) Zvláštní podmínky

- odborná a jiná způsobilost stanovená druhem živnosti.<sup>25</sup>

Živnostenský úřad vede rejstřík, ve kterém eviduje veškeré vzniklé druhy živností, dále se eviduje pozastavení nebo přerušení provozování živnosti, prohlášení a zrušení konkursu. Živnostenský rejstřík je veřejný seznam, do něhož má právo dle vymezených částí nahlížet každý a pořizovat z něj veškeré informace.<sup>26</sup>

### 3.2.1 ŽIVNOSTI OHLAŠOVACÍ

#### **Řemeslné**

Odborná způsobilost se prokazuje: výučním listem či jiným dokladem prokazující ukončené vzdělání v příslušném oboru či dokladem o uznané odborné kvalifikace. Tyto doklady mohou být dále nahrazeny dokladem o řádném ukončení v příbuzném oboru vzdělání a dokladem o vykonávání jednorocní praxe v oboru. Živnosti řemeslné jsou: pekařství, hostinská činnost, řeznictví a uzenářství, holičství, kosmetické služby apod.<sup>27</sup>

#### **Vázané**

---

<sup>24</sup> HINGSTON, Peter. *Začněte podnikat*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2002. Průvodce drobným podnikáním. s. 180.

<sup>25</sup> VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. Expert (Grada). s. 76.

<sup>26</sup> SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 39.

<sup>27</sup> SALACHOVÁ, Bohumila. *Právo v podnikání*. 2., aktualiz. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2012. Právo (Key Publishing). s. 26.

Odborná způsobilost je odlišná podle předmětu podnikání dle seznamu, v příloze č. 2, živnostenského zákona. Živnosti vázané jsou: výroba strojů a přístrojů, projektová činnost ve výstavbě, oční optika, činnosti účetních poradců, aj.<sup>28</sup>

### **Volné**

Odborná způsobilost se u tohoto druhu živnosti neproказuje. Volné živnosti jsou: výroba a zpracování skla, výroba hnojiv, ubytovací služby, fotografické služby, provozování cestovní agentury atd.<sup>29</sup>

### **3.2.2 ŽIVNOSTI KONCESOVANÉ**

Živnostenské oprávnění vzniká na základě udělení koncese, tj. státního povolení. Okruh těchto živností vymezuje příloha č. 3 živnostenského zákona. Koncesované živnosti jsou například: provozování cestovní kanceláře, výroba zbraní a střeliva, směnářská činnost, taxi služba, prodej kvasného, konzumního lihu a lihovin atd.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> HINGSTON, Peter. *Začněte podnikat*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2002. Průvodce drobným podnikáním. s. 181.

<sup>29</sup> PADRNOS, Jaroslav. *Vhled do právní úpravy českého obchodního práva*. Vyd. 1. Ostrava: Key Publishing, 2013. Právo (Key Publishing). s. 62.

<sup>30</sup> HINGSTON, Peter. *Začněte podnikat*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2002. Průvodce drobným podnikáním. s. 182.

## 4 MARKETINGOVÁ A OBCHODNÍ ANALÝZA

Strategická situační analýza je komplexní analýza, která zachycuje všechny podstatné informace a faktory vnitřního a vnějšího prostředí podniku, které ovlivňují současnou i budoucí situaci organizace.<sup>31</sup>

Situační analýza je všeobecná metoda zkoumání jednotlivých složek a vlastností vnějšího prostředí (makroprostředí a mikroprostředí), ve kterém firma podniká, případně které na ni nějakým způsobem působí, ovlivňuje její činnost, a zkoumání vnitřního prostředí firmy (kvalita managementu a zaměstnanců, strategie firmy, finanční situace, vybavenost, historie, umístění, organizační kultura, image atd.), její schopnosti výrobky tvořit, vyvíjet a inovovat, produkovat je, prodávat, financovat programy.<sup>32</sup>

### 4.1 EXTERNÍ ANALÝZA

Externí analýza identifikuje hrozby a příležitosti společnosti k jejímu okolí. Jedná se o analýzu, která posuzuje odborným pohledem informace, dat, které firma neřídí, ale které ji bezprostředně ovlivňují.<sup>33</sup>

#### **Analýza makroprostředí**

Analýza makroprostředí posuzuje vývoj demografie, její vliv na podnikání firmy, hodnotí ekonomický vývoj na trhu, kde se firma pohybuje, technologii, životní prostředí, politické limity, společenské a kulturní prostředí. Toto prostředí se hodnotí pomocí makroekonomických indikátorů, tzv. PEST analýzy.<sup>34</sup>

Druhy makroekonomických faktorů:

**Politické a právní** – zahrnuje právní normy podnikových činností a politických zájmů politických stran a hnutí, např. vytvoření kontrolního hlášení pro podnikatele, antimonopolní opatření, politika zdanění, sociální politika.

---

<sup>31</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 163.

<sup>32</sup> JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada). s. 95 – 97.

<sup>33</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 163.

<sup>34</sup> KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). s. 18.

**Ekonomické a ekologické** – ekonomické faktory zahrnují hospodářskou situaci země (státu), např. míra inflace, trendy vývoje HDP, úrokové sazby, míra nezaměstnanosti, ekologické faktory zahrnují dopad výroby na životní prostředí, které vyplývají ze směrnice EU.

**Sociální a kulturní** – sociální faktory zahrnují změny spotřebitelského chování, především změny životního stylu nebo úsilí o zlepšení životního prostředí. Kulturní vlivy zahrnují vzdělanostní a kulturní úroveň obyvatelstva.

**Technologické** – změny technologie jsou zdrojem a motivem technického a technologického pokroku, který umožňuje podniku dosahovat lepších hospodářských výsledků, tedy vládní výdaje na výzkum a vývoj, apod.<sup>35</sup>

### Analýza mikroprostředí

Vnitřní prostředí zkoumá odvětví, ve kterém podnik působí a ve kterém se střetávají další subjekty trhu. Nejrozšířenější analýza tohoto prostředí je Porterův model pěti sil, která identifikuje síly, které působí na firmu a představují možné příležitosti a hrozby.



Obrázek 2: Porterův model pěti sil

Zdroj:<sup>36</sup>

<sup>35</sup> SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. s. 179.

<sup>36</sup> KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání*. 2., aktualiz. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. Podnikání. s. 170.

## 4.2 INTERNÍ ANALÝZA

Interní analýza se zaměřuje na silné a slabé stránky firmy, odhaduje rozsah zdrojů a specifické přednosti firmy. Tato analýza posuzuje informace, které jsou k dispozici uvnitř společnosti. Každá analýza se provádí podle odborného modelu, postupu a případně výpočtu.<sup>37</sup>

K analýze vnitřního prostředí firmy se využívá například Hodnotový řetězec, který rozděluje aktivity podniku do strategicky významných skupin, kde cílem je odlišit se od konkurence.

Strategicky významné skupiny:

- Výrobní funkce – cílem je vyrábět produkty s nízkými náklady pro odběratele.
- Marketing – zahrnuje výběr segmentu zákazníků a marketingový mix.
- Materiálové hospodářství – tj. vnitropodniková logistika, která kontroluje vstupy a výstupy.
- Vědecko-technický rozvoj – při hodnocení této skupiny je zapotřebí strategie zaměřená na vývoj výrobků a výrobní inovace.
- Řízení lidských zdrojů – zahrnuje výběr a motivaci zaměstnanců, produktivita práce atd.
- Informační systém – urychlují firemní procesy a produktivitu práce.
- Firemní infrastruktura – zahrnuje účetnictví, finance, plánování, strategické řízení, vztah k okolí apod.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. s. 170.

<sup>38</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 167.

### 4.3 SWOT ANALÝZA A MARKETINGOVÝ MIX

SWOT analýza je nástroj, který slouží ke stanovení firemní strategické situace vzhledem k vnitřním a vnějším firemním podmínkám. Výstupem analýzy je omezit slabé stránky firmy, podporovat silné stránky, využívat příležitostí okolí a předvídat hrozby.<sup>39</sup>



**Obrázek 3: SWOT analýza**

Zdroj:<sup>40</sup>

#### Marketingový mix

Marketingový mix je souhrnem nástrojů marketingu, které působí na trhu a mohou ovlivňovat tržby. Marketingový mix posuzuje produkty, ceny, distribuci, reklamu. Výsledkem posuzuje nejslabší místa a doporučení, jak tyto slabiny odstranit a jaké nové aktivity zavést.

Hlavní nástroje marketingového mixu:

- Prodejní cena – slevy, rabaty, platební a úvěrové podmínky apod.
- Produkt – jakost, značka, balení, design, servis, záruční podmínky.
- Distribuce – volba dodavatele, velikost zásob, velikost a umístění provozovny a skladů.
- Marketingová komunikace - reklama, osobní a přímý prodej, podpora prodeje.<sup>41</sup>

<sup>39</sup> KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). s. 39.

<sup>40</sup> Tamtéž, 39.

## 5 FINANČNÍ PLÁNOVÁNÍ

Výstupy finančního plánování tvoří plán nákladu, výnosů, peněžních toků, plánovaná rozvaha a výkaz zisků a ztrát, finanční analýza, výpočet bodu zvratu, plán financování, hodnocení efektivnosti investic aj.<sup>42</sup>

Základní účetní výkazy:

- Rozvaha – stavový výkaz, který poskytuje přehled o majetku podniku, struktuře a jeho zdrojích, ze kterých byl pořízen k určitému datu. Tvoří základní účetní výkaz.<sup>43</sup>
- Výkaz zisků a ztrát – tento výkaz eviduje výnosy a náklady podniku a jeho hospodaření za určité časové období. Z výkazu zisků a ztrát můžeme zjistit výsledek hospodaření podniku, externí náklady, přidanou hodnotu, druhy nákladů a jejich výsledek, rentabilitu tržeb a nákladů a základ pro vypracování daňového přiznání.<sup>44</sup>
- Cash flow – v tomto výkazu se zaznamenávají příjmy a výdaje peněžního toku v provozní, investiční a finanční činnosti. Výkaz cash flow se sestavuje přímou nebo nepřímou metodou.<sup>45</sup>

---

<sup>41</sup> SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 181 – 182.

<sup>42</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 28.

<sup>43</sup> SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. s. 183.

<sup>44</sup> KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání*. 2., aktualiz. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. Podnikání. s. 104.

<sup>45</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). s. 29.

## PRAKTICKÁ ČÁST

# GALERIE CAFÉ

Firmy se nachází v Pardubicích na adrese Sukova třída 2975, 530 02 Pardubice. Oborem podnikání pro tento podnik je Hostinská činnost, výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, prodej kvasného lihu a lihovin. Zahájení provozování bude k datu 1.1.2018. IČO 100990817. Počítá se s vynaložením vlastního kapitálu ve výši 500 000,-



## 6 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O PODNIKÁNÍ

Podnikatelský záměr se zabývá zahájením a provozováním kavárny v parku Tyršovy sady, v Pardubicích. Klíčovým aspektem celkového zařízení provozovny je skandinávský styl a objekt, který v roce 2015 byl celkově rekonstruován. Nebytový prostor kavárny je nabízen k pronájmu od Statutárního města Pardubice.

Celková kapacita kavárny obsahuje 80 míst k sezení, která jsou členěna na první a druhé podlaží. Nadzemní část obsahuje 28 míst k sezení a budou využita v jarních a letních měsících. Kapacita přízemního podlaží obsahuje 52 míst k sezení.

### **Popis nebytového prostoru**

Gastronomický provoz je situován do dvou podlaží, propojeným schodištěm a výtahem. V nadzemní části kavárny je zpřístupněn vchod ze Sukovy třídy, který slouží k zásobování a odvozu domovního odpadu. V přízemní části se nachází vchod do kavárny z Tyršových sadů, a v tomto patře se dále nachází veškeré provozní zázemí kavárny, například kuchyň, sklad, zázemí pro zaměstnance a hygienické zázemí pro veřejnost.

V přízemní části je umístěna hlavní kavárenská místnost, ve které je umístěna výrobní část, sklad potravin, hygienické zařízení pro zákazníky, šatna a hygienické zařízení pro zaměstnance.

Sklad potravin pro suroviny podléhající rychlé zkáze je vybaven skladovacími regály, chladícími a mrazícími skříněmi. Balené potraviny budou uskladněny v regálech v suchém skladu potravin.

Výrobní část slouží pro přípravu jednoduchých jídel studené kuchyně a k přípravě těsta na palačinky. Je složena ze samostatných pracovních úseků. Úsek obsahuje myčku na nádobí, kuchyňský dřez, dále pult pro přípravu studené kuchyně s vlastní chladničkou a vařičem. Další samostatná plocha je určena k přípravě těsta na palačinky.

V přízemní části se dále nachází nápojový bar, který slouží k přípravě a expedici teplých i chlazených nápojů, k přípravě palačinek a dokončení sendvičů. Je vybaven

mrazicí skříní, výrobníkem ledu, mycím strojem na sklo, výčepním zařízením, kuchyňským dřezem na mytí sklenic a mytí rukou, chladícím nápojovým stolem, mixerem, kontaktním grilem na rozpékání sendvičů a palačinkovačem. Na baru bude dále umístěn kávovar a kávomlýnek, který bude představovat součást vybavení provozovny samotné majitelky.

Součástí dolního podlaží je také šatna, hygienické zařízení zaměstnanců a hygienické zařízení pro zákazníky. Šatna je vybavena pro každého zaměstnance dvou skříňkou na pracovní a civilní oblečení. Umývárna zaměstnanců je vybavena umývadlem s dávkovačem, dávkovačem a ručníky pro jednorázové použití. Pohotovostní toalety jsou určené pro zaměstnance kavárny.

Nadzemní část je horní bar s možností sezení na střešní terase, která je kryta pergolou a textilním zastřešením. Dále se zde nachází příruční sklad a úklidová místnost pro zázemí a provoz baru. Během provozu kavárny bude vznikat převážně běžný komunální odpad a odpad z provozu kavárny. Odvoz odpadu bude zajištěn firmou AVE CZ, s. r. o.

### **Předmět podnikání**

Předmětem podnikání na základě živnostenského listu je hostinská činnost – příprava pokrmů a nápojů, na niž navazuje prodej a spotřeba v provozovně a dále prodej alkoholických nápojů. Kavárna nabízí svým zákazníkům prostor pro pořádání formálních i neformálních událostí. Formální událost obsahuje občerstvení, obsluhu, projektor, a je zaměřena na meetingy, semináře, firemní team-buildingy, a další události. Neformální událost je vhodná pro narozeninové oslavy a tematické večery. Obsahuje přípravu programu, speciální nápoje a výzdobu.

### **Vedení společnosti**

Majitel společnosti je Lukáš Voráček, který do své kavárny vložil základní kapitál ve výši 500 000 Kč. Lukáš Voráček je jediný majitel, má tedy 100% podíl na zisku. Lukáš Voráček nesplňuje zvláštní podmínky pro založení živnostenského oprávnění hostinské činnosti, proto je zastoupen odpovědnou osobou Nikolou Voráčkovou, která splňuje všeobecné a zvláštní podmínky pro provozování hostinské činnosti.

## **6.1 HLAVNÍ HODNOTY**

Klíčové faktory kavárny, které zajistí úspěch je originalita, kvalita a spokojenost zákazníků. Galerie Café bude poskytovat zákazníkům kvalitní produkty dle vlastního stylu servírování a vytvářet příjemné prostředí, ve kterém zákazník může získat jedinečný zážitek. Další hlavní faktor je nekuřácký koncept v celém objektu.

### **Lokalita a velikost podniku**

Kavárna bude umístěna v parku Tyršovy sady, který v roce 2015 byl celkově rekonstruován. Součástí rekonstrukce parku byla vystavěna kavárna, která má zvýšit občanskou návštěvnost parku. Hlavní výhodou tohoto objektu je lokalita a zrekonstruovaná kavárna, která podléhá veškerým technologickým a dispozičním podmínkám. Projekt je vypracován v souladu s platnými hygienickými předpisy. Návrh technologické části stravovacího provozu vychází z předpokladu charakteru provozu kavárny s omezenou nabídkou jídel (jednoduchá studená kuchyně – sendviče, dovážené moučníky, snídaně) a technologie pokrmů z polotovarů. Obestavěný prostor činí 1525 m<sup>3</sup> a zastavěná plocha kavárny činí 325m<sup>2</sup>. Nájem nebytového prostoru činí 65 083,- Kč/měsíc bez energie.

## **6.2 ORGANIZAČNÍ PROVOZ**

Kavárna Galerie Café vzhledem k otevírací době předpokládá 4 zaměstnance, kteří budou rozděleni dle jejich profese, praxe a kvalifikace. Dle provozní doby budou potřeba 2 zaměstnanci na hlavní pracovní poměr (40h./týdně) a 2 zaměstnanci na dohodu o pracovní činnosti (15h./týdně). Na každodenní chod kavárny budou potřeba 2 zaměstnanci. Příchody a odchody zaměstnanců budou zaznamenány v knize příchodů a odchodů. Maximální počet pracovníků může být 5 osob.

**Tabulka 1: Organizace provozu**

<b>Provozní doba</b>	
<b>Po – Čt</b>	9:00 – 20:00
<b>Pá</b>	10:00 – 22:00
<b>So</b>	9:00 – 20:00
<b>Ne</b>	9:00 – 20:00

Zdroj: vlastní zpracování

Provoz kavárny bude náležet odpovědné osobě Nikole Voráčkové (tj. provozní), která bude zaměstnána na hlavní pracovní poměr. Lukáš Voráček (tj. majitel) Galerie Café bude zodpovídat za ekonomickou činnost podniku, tzn. vyjednávání s dodavateli, účetnictví, reklama a informovanost zákazníků, zásobování aj. a bude nápomocen v provozu nahodilých událostí, například při velké návštěvnosti, v období dovolené apod. Na pomocnou pracovní sílu budou využity osoby na dohodu o pracovní činnosti (tj. brigádník/ce).

#### **Plán finančního ohodnocení**

Minimální sazba od 1. 1. 2017 pro stanovenou pracovní dobu 40h./týdně dle katalogu práce na pozici číšník, ve 4. pracovní skupině činí 14 800 Kč/měsíc nebo 88,80 Kč/hodinu.<sup>46</sup>

Je pravděpodobné, že minimální mzda pro rok 2018 bude vyšší, veškeré údaje vychází z aktuálně dostupných informací.

---

<sup>46</sup> Minimální mzda 2017. *Měšec.cz: Daňový portál* [online]. [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/clanky/minimalni-mzda-2017-pro-nekoho-i-22-000-kc-mesicne/>

Zaměstnanci na dohodu o pracovní činnosti náleží odměna za vykonanou práci 65 Kč/hodinu. Smlouva bude sepsána na 15h./týdně. Dle provozní doby budou potřeba 2 zaměstnanci na dohodu o pracovní činnosti.

**Tabulka 2: Plánovací kalendář mezd**

<b>Mzdy</b>		
<b>Plánovací kalendář pro rok 2017 za 8 odpracovaných hodin</b>		
Pracovní dny včetně svátků		260
Pracovní hodiny včetně svátků		2080
Pracovní hodiny o víkendu		832
<b>Zaměstnanec</b>	<b>Provozní</b>	<b>HPP</b>
Hrubá mzda/měsíc	16 000,00 Kč	14 000,00 Kč
Odvody/měsíc	5 440,00 Kč	4 760,00 Kč
Roční náklady na hrubou mzdu	192 000,00 Kč	168 000,00 Kč
Roční náklady na odvody	65 280,00 Kč	57 120,00 Kč
Orientační hodinová mzda	92,31 Kč	80,77 Kč
Orientační odvody za hodinu	31,38 Kč	27,46 Kč
<b>Zaměstnanec</b>	<b>DPČ 1</b>	<b>DPČ 2</b>
Odpracované hodiny/rok	832	832
Hodinová mzda	65,00 Kč	65,00 Kč
Hrubá mzda/rok	54 080,00 Kč	54 080,00 Kč
Odvody/rok	18 387,20 Kč	18 387,20 Kč
<b>Náklady na mzdy celkem</b>	<b>468 160,00 Kč</b>	
<b>Náklady na odvody celkem</b>	<b>159 174,40 Kč</b>	

Zdroj: vlastní zpracování

### **Aktivní politika zaměstnanosti**

Aktivní politika zaměstnanosti kavárny se řídí zákoníkem práce, neakceptuje nelegální práci či výplatu finančních prostředků nad rámec mzdy sjednané v pracovní smlouvě. Zaměstnanci budou pravidelně školeni o bezpečnosti ochrany a zdraví na pracovišti. Stavba splňuje požadavky na bezpečné užívání. Zaměstnancům na hlavní pracovní poměr bude přidělena dvousměnná pracovní doba. Pracovní doba zaměstnanců je rozvržena na lichý a sudý týden a dle doby odpočinku zaměstnanců po 4h. (30min.) od nástupu do práce.

### **6.3 POPIS NABÍZENÝCH PRODUKTŮ A STRATEGIE**

V kavárně bude podávána italská káva značky Lavazza od společnost COFFEEBREAK s.r.o. Galerie Café bude návštěvníkům nabízet široký výběr alkoholických a nealkoholických nápojů, dle vlastního způsobu servírování. Galerie Café bude nabízet různé druhy čajů z Fair Trade obchodu, který dává možnost lidem ze zemí Afriky, Asie a Latinské Ameriky užít se vlastní prací za důstojných podmínek, se spravedlivou odměnou za vykonanou práci. Nejdůležitější produkty budou nabízeny ve formě kávových specialit, dortů a míchaných nápojů. Kavárna bude nabízet doplňkový sortiment ve formě drobných pochutin, palačinek a sendvičů.

Základní strategie je zaměřena na konkurenceschopnost Galerie Café v Pardubicích. Nejdůležitějším znakem strategie je vytvoření dobrého jména kavárny a stálých zákazníků. Tato strategie bude naplněna za pomoci informovanosti zákazníka o nabídce produktů z Fair Trade obchodu, vytvoření on-line komunity prostřednictvím Instagramu a Facebooku. Důležitý aspekt této strategie bude zpětná vazba zákazníků, tzn. reagovat na příspěvky, odpovídat na komentáře, ukázat zákazníkům, že právě na nich záleží a snažit se uspokojit jejich potřeby. Zákazníci se v kavárně mohou bezplatně připojit na internet prostřednictvím bezdrátového internetu, který bude poskytován od společnosti EDERA Group a.s., tato společnost poskytuje internet 15 Mb/s za 349 Kč a bezdrátový internet router zdarma.

Pro zákazníky, kteří upřednostňují tištěnou podobu informací, bude možnost poskytnutí novin a časopisů. K dispozici bude Pardubický deník, Forbes, Lidové noviny, Metro a časopisy zaměřené pro ženy na mateřské dovolené. Zákazníci budou mít dále možnost rezervace prostřednictvím telefonu nebo e-mailu. Prodejní ceny budou orientovány dle situace na trhu, tedy dle ceny konkurence a vynaložených nákladů.

## 7 ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ

Cílem analýzy trhu je definovat samostatný trh, dodavatele a zákazníky. Součástí analýzy je situační analýza vnějšího a vnitřního prostředí podniku. Výstupem situační analýzy bude vytvořena SWOT analýza kavárny.

Jako celkový trh prostředí je zvoleno město Pardubice, ve kterém podle Českého statistického úřadu k 1. 1. 2017 žije 89 693 obyvatel. Průměrná hrubá mzda jednoho zaměstnance činí 24 028 Kč.<sup>47</sup>

V blízkém okolí kavárny se nachází Střední průmyslová škola potravinářství a služeb, Pardubický zámek, parkoviště, Tipsport Aréna, Cinestar, Dům hudby.

### 7.1 ANALÝZA DODAVATELŮ

Dodavatelé byli vybráni na základě dostupnosti, způsobu dopravy a termíny dodávek, nabízených produktů, formy placení, množstevní slevy a kvality. Všichni dodavatelé jsou plátcí DPH.

- **COFFEEBREAK s.r.o.** – dodavatel příslušenství kávy Lavazza. Cena dopravy činí 149 Kč včetně DPH. V případě objednávky přesahující 2 200Kč bez DPH není cena za dopravu účtována. Vyjednávací síla u této společnosti bude nízká, protože na trhu působí mnoho odběratelů této značky.
- **Orfeo Office, s. r. o.** – dodavatel kávy Lavazza. Cena objednávky nad 3 000 Kč je doprava zdarma. Doprava je poskytována formou zásilkové služby PPL nebo výdejního místa. Vyjednávací síla u této společnosti bude vysoká.
- **Cash & Carry JIP** – velkoobchod v Pardubicích, od kterého se bude jednorázově nakupovat převážně alkoholické a nealkoholické nápoje na koktejly, sirupy a likéry značky Monin do kávy a koktejlů, drobné pochutiny

---

<sup>47</sup> Průměrná hrubá mzda. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xe>

a doplňky, suroviny na přípravu palačinek a toastů. Tento velkoobchod nabízí produkty za výhodnější ceny pro podnikatele, kteří si zřídí věrnostní kartu.

- **Dobré víno Cestovi v Přelouči** – velkoobchod vín a sektů dvanácti vinařských společností. Objednávka nad 5000 Kč vč. DPH je doprava zdarma, objednávka musí obsahovat minimálně 6 lahví nebo nákup nad 1000 Kč. Vyjednávací síla je vysoká, neboť tento velkoobchod nemá velké postavení na trhu.
- **PEAL a.s.** – dodavatel nealkoholických a alkoholických nápojů. Vyjednávací síla je nízká. Cena přepravy zboží při objednávkách nad 7 000 Kč s DPH je závoz zdarma, při hodnotě nákupu mezi 5 000 – 7 000 Kč společnost účtuje dopravné 50 Kč/závoz. Do hodnoty nákupu 5 000 Kč účtuje 100 Kč/závoz.
- **Fair Trade Centrum, s. r. o.** – dodavatel čajů Fair Trade (spravedlivého obchodu) do kavárny Galerie Café. Při nákupu nad 2 000 Kč bez DPH zákazník neplatí dopravné za kurýra PPL v rámci ČR. Cena dodání PPL činí 90 Kč. Vyjednávací síla je vysoká, tento dodavatel nabízí možnost odběru za velkoobchodní ceny.
- **Ovocný Světozor** – dodavatel dortů a chlebíčků. Tento dodavatel poskytuje 20% slevu pro všechny odběratele s měsíčním obratem 12 000,- Kč. Zboží tohoto dodavatele není rozváženo.
- **IKEA Česká republika, s.r.o.** – dodavatel drobného zařízení kavárny. Ikea nabízí zřízení zákaznické karty IKEA BUSINESS.

## 7.2 ANALÝZA CÍLOVÝCH ZÁKAZNÍKŮ

Předpokladem podnikání je vytvoření stále klientely, představované pravidelnými návštěvami hostů, kteří jsou spokojeni a rádi se do kavárny vrací. Nelze definovat jednotnou cílovou skupinu zákazníků. Pravidelný zákazník může být člověk, který dává přednost kvalitě výrobků, dobré kávy, modernímu prostředí a výhledu do exteriéru kavárny. Galerie Café chce nejen oslovit mladé zákazníky, ale i rodiny s dětmi nebo seniory. Vzhledem k velmi dobré lokalitě samotné kavárny a širokému spektru potenciálních zákazníků lze usuzovat, že velikost cílového trhu umožní ziskové podnikání.



## **8 PORTERŮV MODEL PĚTI KONKURENČNÍCH SIL**

S pomocí Porterova modelu je možné vydefinovat konkurenční pozici kavárny oproti potenciálním i současným konkurentům. Analýza podniku s pomocí modelu pěti konkurenčních sil vede k tomu, že podnik zjistí, jakou pozici má ve vztahu ke konkurenci.

### **Hrozba stávající konkurence**

V Pardubicích se nachází velké množství konkurentů v odvětví hostinské činnosti. Nejsilnější konkurence v okolí představují kavárny na Třídě Míru, ta tvoří nejvíce frekventované místo kaváren. Nejsilnější stávající konkurence v odvětví je Pierre Coffee and Cocktails, Café Bajer, Café Morricone a Cafeeshop Company.

### **Hrozba nové konkurence**

V oblasti pohostinství se dá očekávat, že na trhu bude převládat velké množství nové konkurence. Pokud se na trhu objeví nová konkurence s dobře vypracovaným marketingovým plánem, dá se očekávat, že mnoho zákazníků se bude zajímat o novou konkurenci a to pro kavárnu může znamenat nižší návštěvnost.

### **Vliv zákazníků**

Vliv zákazníků na trhu je obrovská, především ovlivňují nabídku produktů. Dle poptávky a zpětné vazby od zákazníků bude upravována nabídka občerstvení a kávového sortimentu v kavárně. Spokojenost zákazníka je na prvním místě.

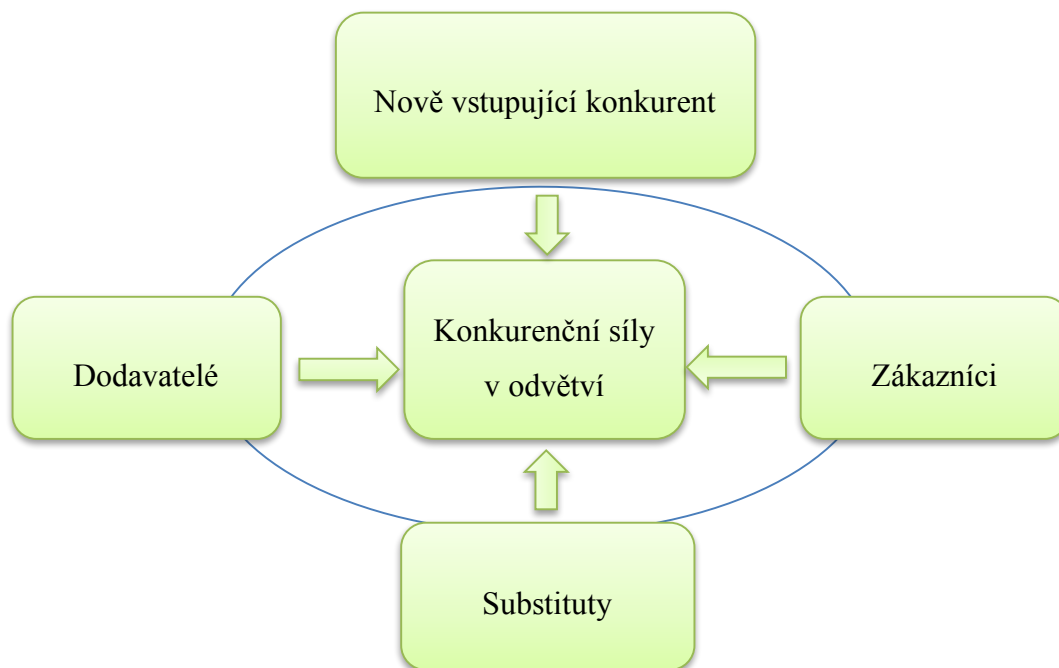
### **Vliv substitutů**

Substituční produkty nahrazují původní produkty. V případě, že na trh vstoupí nová konkurence, pak tyto produkty nejsou konkurenceschopné, je to z toho důvodu, že většina kaváren nabízí podobné, až stejné produkty.

### **Vliv dodavatelů**

V současné době je na trhu mnoho dodavatelů zboží, kteří jsou potřeba pro provoz kavárny, vyjednávací síla je proto ve většině případů vysoká. Výhodu představuje

například místní velkoobchod JIP, který nabízí výhodnější ceny zboží pro podnikatele. Ukončení spolupráce s vybranými dodavateli by s největší pravděpodobností nemělo významný vliv.



**Obrázek 4: Porterův model pěti sil**

Zdroj: vlastní zpracování

## 9 PEST ANALÝZA

Za klíčové součásti makrookolí lze označit faktory politické a legislativní, ekonomické, sociální a kulturní a technologické. Analýza, dělicí vlivy makrookolí do čtyř základních skupin, se proto označuje jako PEST analýza. Každá z těchto skupin v sobě zahrnuje řadu faktorů makrookolí, které různou měrou ovlivňují podnik. Důležitost jednotlivých faktorů se pro odlišná odvětví, podniky a různé situace může lišit. Například počátkem 90. let byla pro zahraniční investory zajímavější se o investice do zemí střední a východní Evropy nejdůležitějším kritériem politická stabilita a nikoliv například daňová zvýhodnění.<sup>48</sup>

### 9.1 POLITICKÉ A PRÁVNÍ

Provozovna bude zřízena na základě získání hostinské živnosti. Po vstupu ČR do EU byly zavedeny přísnější normy v oblasti pohostinských služeb, hygienické požadavky jsou upravovány vyhláškou 602/2006 Sb. Tyto předpisy upravují hygienické požadavky na gastronomický provoz, dispoziční řešení, odvětrávání, osvětlení, povinné zázemí a další parametry. Provozovna se musí řídit systémem HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points), což je užitečný nástroj pro omezování nebezpečí a rizik, která se mohou u potravin vyskytnout.<sup>49</sup>

Podmínky pro získání provozování živnosti a zřízení provozovny jsou:

- žádost o udělení živnosti odpovědné osobě na Živnostenském úřadě v Pardubicích a ohlášení provozovny,
- na Magistrickém úřadu pro Pardubice I požádat o schválení žádosti k provozování hostinské činnosti,
- ohlásit zahájení činnosti Krajské hygienické stanici Pardubického kraje,
- finančnímu úřadu ohlásit, že fyzická osoba bude plátcem DPH,

---

<sup>48</sup> SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA. *Strategická analýza*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2006. C.H. Beck pro praxi. s. 16.

<sup>49</sup> Systém kritických bodů. HACCP [online]. [cit. 2017-01-28]. Dostupné z: <http://www.haccp.estranky.cz/clanky/haccp/co-je-haccp/>

- ohlásit zahájení samostatné výdělečné činnosti a nahlásit zaměstnance u příslušené pojišťovny a na České správě sociálního zabezpečení (ČSSZ) v Pardubicích.

## 9.2 EKONOMICKÉ A EKOLOGICKÉ

Nejdůležitější faktor tohoto prostředí je míra nezaměstnanosti. V současné době je nízká míra nezaměstnanosti, proto bude obtížné na trhu najít zaměstnance, který splňuje podmínky pro výkon práce. Výhodou nízké nezaměstnanosti je vyšší spotřeba statků a služeb obyvatelstva. Podíl nezaměstnaných osob k 31. 1. 2017 činí 3,6 % pro Pardubický kraj.<sup>50</sup>

Jedním z nejdůležitějších faktorů v tomto prostředí je míra inflace. S rostoucí inflací budou peníze představovat menší hodnotu, kupní síla obyvatelstva proto bude nižší. Míra inflace dosáhla v lednu 2017 hodnoty **0,8 %**, což je o 0,1 % více než v prosinci 2016. Tento vývoj ovlivnil především zvýšení cen tabákových výrobků, alkoholických a nealkoholických nápojů a potravin.<sup>51</sup>

V současné době je velikost inflace mírná, tzn., že kupní síla je ovlivněna nízkou nezaměstnaností, domácnosti mají větší spotřebu a peníze se v ekonomice dostávají do oběhu.

Další důležitý faktor v tomto prostředí je výše úrokových sazeb. Malé a střední podniky ovlivňují národní hospodářství, proto stát podporuje tyto podniky formou finanční podpory, prostřednictvím dotací, záruk a úvěrů s nižší úrokovou sazbou.

Během provozu v pohostinství vzniká velké množství odpadu, především biologického, který je nutný likvidovat a skladovat hospodárně. Nakládání s odpady řeší zákon č. 185/2001 Sb.

---

<sup>50</sup> Statistiky. Český statistický úřad [online]. [cit. 2017-02-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

<sup>51</sup> Statistiky. Český statistický úřad [online]. [cit. 2017-02-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

### **9.3 SOCIÁLNĚ – KULTURNÍ**

Zákazníci kavárny budou převážně obyvatelé města, na základě výsledků dle Českého statistického úřadu k 1. 1. 2016 žije 89 638 obyvatel., největší podíl obyvatel podle věkové skupiny jsou osoby od 35 – 39 let.<sup>52</sup>

Sociální oblast souvisí také s životním stylem obyvatelstva, v dnešní době se lidé zajímají o produkty, které spotřebovávají a žijí zdravým životním stylem. Kavárny bývaly, zejména na konci 19. a začátku 20. století, centrem kulturního života mnoha míst, kde se scházela intelektuální a umělecká společnost, a kde se také utvářely různé politické a umělecké skupiny a vznikaly jejich programy. V dnešní době lidé využívají tyto služby především k společenskému místu s přáteli, kolegy, obchodními parterry.

### **9.4 TECHNICKÉ A TECHNOLOGICKÉ**

V současné době kavárna musí předpokládat nákup softwaru a techniky pro elektronickou evidenci tržeb a pokladnu, dále účetní program POHODA. Kavárna předpokládá nákup pákového kávovaru Polaris, který vyrobí 60 espress za hodinu na jednu páku.

---

<sup>52</sup> Statistiky. Český statistický úřad [online]. [cit. 2017-02-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

## 10 SWOT ANALÝZA

Pomocí SWOT analýzy budou vyhodnoceny všechny externí a interní faktory. Z této analýzy se vychází při strategickém rozhodování. Mezi interními faktory budou rozebrány silné a slabé stránky podniku, které jsou ovlivnitelné a mezi externími faktory budou rozebrány příležitosti a hrozby, které nejsou ovlivnitelné.

**Tabulka 3: SWOT analýza Galerie Café**

<b>SWOT analýza</b>	
<b>Silné stránky</b>	<b>Slabé stránky</b>
Lokalita	Žádné zkušenosti s vedením kavárny
Kvalitní produkty	Pronájem kavárny
Vhodně zvolený způsob propagace	Vzdálenost od hlavní pěší zóny
Bezbariérový přístup	Nezkušenosti týmu
Kvalitně vybraní dodavatelé	
Dostatečná kapacita míst	
Moderní vzhled kavárny	
Příjemné prostředí a výhled z kavárny	
Rozumné ceny	
<b>Příležitosti</b>	<b>Hrozby</b>
Získání věrných zákazníků	Obrovská konkurence
Vybudování si dobrého jména na trhu	Nízké zisky
Společnost se zajímá o zdravý životní styl	Nízká návštěvnost
Nízká nezaměstnanost	Nenaplnění prognóz finančního plánu

Zdroj: vlastní zpracování

Ve vyhodnocení vnitřních faktorů, které působí na podnik, převládají silné stránky. Ty spočívají ve strategickém umístění kavárny s dostatečnou kapacitou míst v parku Tyršovy sady, kvalitě a originalitě produktů. Slabá stránka podniku je především nezkušenost týmu, tento faktor může být ovlivněn barmanským kurzem, kávovým školením, rekvalifikací, školením HACCP atd. Ve vyhodnocení vnějších faktorů neprevládají příležitosti ani hrozby pro podnik. Hrozby kavárny jsou zejména konkurenti, působící ve městě a možní budoucí konkurenti v oblasti pohostinských služeb. Nízká návštěvnost a tedy nízké tržby mohou být eliminovány prostřednictvím silnějšího marketingu, zaměřeného na oslovení zákazníků, prostřednictvím slevových a dárkových poukázek, pořádání firemních večírků či školení pro firmy.

## 11 MARKETINGOVÁ STRATEGIE A CÍLE

Marketingový plán zahrnuje marketingový mix, který je zaměřen na propagační, distribuční, produktovou a cenovou strategii kavárny. Krátkodobá strategie přizpůsobí oslovení co největšího počtu lidí, bude se proto jednat o jednorázové návštěvy. Hlavním cílem bude především přežití a zajištění plynulého provozu, odstranění případných nedostatků u produktů a zaměstnanců, přizpůsobení řízení zásob a potřeb personálu. Středně dobá strategie se zaměří na upevnění postavení na trhu a budování dobrého jména v podvědomí zákazníků. Cílem bude rozšíření počtu stálých zákazníků. Dlouhodobá strategie, tj. horizont 3 let bude převážně zaměřena na okruh stálých zákazníků. Cílem této strategie bude, aby kavárna nemusela aktivně oslovovat potenciální zákazníky.

### 11.1 MARKETINGOVÝ MIX

#### **Komunikační politika**

Hlavním tvůrcem podvědomí o kavárně Galerie Café budou jednoduché, ale zároveň zajímavé webové stránky informující o sortimentu, hlavních hodnot a aktualit. Výdaj na zřízení webových stránek bude 10 000 Kč a na návrh loga kavárny bude činit 5 000 Kč.

Prostřednictvím webové stránky Facebook bude vytvořena stránka Galerie Café, která bude obsahovat aktuality, nový a stávající sortiment, recenze, fotogalerie, apod. Před zahájením provozu bude na těchto stránkách probíhat soutěž o poukázku v hodnotě 300 Kč, kde uchazeč musí stránku kavárny sdílet a napsat komentář, co od kavárny očekává. Prostřednictvím této stránky vznikne reklamní propagace podniku po celou dobu podnikání. Reklama je sestavena po dobu 28 dní v potenciálním dosahu 10km, což představuje 45 000 lidí, od 18 let. Celková částka činí 3 500 Kč/28 dní.

V době zahájení provozu bude oslovena facebooková stránka Pardubice Živě, kde tento mediální partner bude informovat o otevření kavárny. Jednorázová částka za propagaci činí 500 Kč. Samozřejmá součást propagace bude vytvoření místa kavárny na

mapě, pro potenciální návštěvníky. Tato propagace bude vytvořena prostřednictvím Google mapy, která umožní všem zákazníkům vyhledat místo kavárny.

Komunikační strategie se dále zaměří na aplikaci Instagram v mobilním telefonu, na které bude založen profil kavárny, kde se budou objevovat fotografie kavárny a denní nabídky dezertů a moučníků. Prostřednictvím této aplikace budou probíhat různé soutěže o poukaz do kavárny v hodnotě 5x 300 Kč, pokud účastník vyfotí svůj objednaný produkt a označí místo kavárny. Pro budoucí podporu tržeb bude v úvahu prodej služeb prostřednictvím slevových portálů.

**Tabulka 4: Marketingový rozpočet**

<b>Návrh loga</b>	5 000,-
<b>Webové stránky</b>	10 000,-
<b>Vizitky – 50ks</b>	75,-
<b>Cedule – 2ks</b>	5 000,-
<b>Dárkové poukázky</b>	1 500,-
<b>Internetová propagace – Facebook/28dní</b>	3 500,-
<b>Internetová propagace – Pardubice Živě</b>	500,-
<b>Menu</b>	3 000,-
<b>Celkem</b>	<b>28 575,-</b>

Zdroj: vlastní zpracování

### **Distribuční politika**

Veškeré služby budou nabízeny přímou formou distribuce v prostorách kavárny. Kavárna se nachází v lukrativní oblasti v centru města. V blízkosti se nachází hromadná doprava, parkoviště, střední škola a Pardubický zámek. Kavárna by měla designově působit jako prosklená, moderní a nadčasová budova s luxusními produkty, které si může dovolit většina zákazníků. Dopravu zásob si bude zajišťovat sama majitelka společnosti, prostřednictvím nákupního plánu zboží, který je potřeba pro provoz



podniku. Většina surovin bude dovážena samotným dodavatelem, jedná se především o alkoholické nápoje a kávové suroviny, přímo do podniku.

### **Produktová politika**

Hlavním sortimentem kavárny budou různé druhy kávového sortimentu značky Lavazza, čaje z Fair Trade obchodu, domácí palačinky a dorty z cukrárny Ovocný Světozor. Galerie Café bude dále nabízet alkoholické a nealkoholické nápoje a malé pochutiny. Produkty budou servírovány v nádobách skandinávského stylu, od dodavatele Bella Rose a Ikea.

### **Cenová politika**

Ceny za produkty budou stanoveny přibližně dle cen konkurentů, aby byla cena pro zákazníky byla přijatelná. Zároveň bude brán zřetel na pokrytí nákladů a výnosnost, která bude stanovena ve výši 50 – 300%. Cílem je oslovit širokou klientelu zákazníků, a proto kavárna nebude nabízet produkty v jedné cenové skupině. Nabídka produktů bude obsahovat levnější i dražší kávu, dezerty a alkoholické nápoje.

**Tabulka 5: Kalkulační přírážka jednotlivých produktů**

<b>Kalkulační přírážky jednotlivých produktů</b>	
Název produktu	Kalkulační přírážka ( v %)
Káva	300
Ostatní nealkoholické nápoje	100
Míchané nápoje	200
Víno	300
Ostatní alkoholické nápoje	100
Dorty a zákusky	50

Zdroj: vlastní zpracování

## 12 FINANČNÍ PLÁNOVÁNÍ

Finanční plánování představuje nejdůležitější část podnikatelského plánu, výstupem finančního plánu je budoucí přehled finanční situace podniku. Plán detailně člení předpokládaný majetku a formu zdroje, tok v hotovosti, plán nákladů, výnosů a příjmů. Finanční plán kavárny je rozpracován na krátkodobý horizont.

Finanční prostředky je třeba vynaložit na vybavení kavárny a nákupu surovin. Vybavení kavárny je zařazeno jako drobný hmotný majetek, jehož doba použitelnosti je delší než jeden rok a pořizovací cena je nižší než stanovený limit, dle zákona o daních z příjmů. Vnitropodniková směrnice kavárny stanovila zařazení dlouhodobého majetku nad 40 000 Kč. Drobný hmotný majetek bude účtován způsobem B. Detailní soupis drobného hmotného majetku je znázorněn v příloze č. 1.

**Tabulka 6: Zakladatelský rozpočet na pořízení dlouhodobého majetku v Kč**

<b>Zakladatelský rozpočet</b>	
<b>Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého majetku</b>	<b>98 000</b>
Kávovar	98 000
<b>Finanční prostředky na pořízení oběžného majetku</b>	<b>354 965</b>
Drobný hmotný majetek	316 111
Zboží	38 854
<b>Celkem</b>	<b>452 965</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Na základě zakladatelského rozpočtu je zřejmé, že na pořízení dlouhodobého a oběžného majetku není potřeba cizí kapitál, avšak na provoz kavárny bude potřeba neúčelový úvěr od Poštovní spořitelny, v částce 100 000 Kč, který bude sloužit jako daňový štít a bude představovat část finančních prostředků, které budou použity na vklad bankovního účtu a pokladny. Era půjčka bude splácena po dobu pěti let,

předpokládaná úroková míra je 10,9 % p. a., s konstantními měsíčními splátkami. Splátkový kalendář je detailně zpracován v příloze č. 2.

## 12.1 ZAHAJOVACÍ ROZVAHA

Zahajovací rozvaha musí být sestavena ke dni vzniku podniku. Rozvaha se skládá z majetku podnikatele a zdrojů krytí majetku. V průběhu roku se předpokládá, že většina pohledávek bude okamžitě splatná.

**Tabulka 7: Zahajovací rozvaha k 1. 1. 2017 v Kč**

<b>Zahajovací rozvaha</b>			
<b>Aktiva</b>		<b>Pasiva</b>	
<b>Dlouhodobý majetek</b>	<b>98 000</b>	<b>Vlastní kapitál</b>	<b>500 000</b>
Kávovar	98 000	Základní kapitál	500 000
<b>Oběžný majetek</b>	<b>502 000</b>	<b>Cizí kapitál</b>	<b>100 000</b>
Zásoby	354 965	Úvěr	100 000
Pokladna	47 035		
Běžný účet	100 000		
<b>Aktiva celkem</b>	<b>600 000</b>	<b>Pasiva celkem</b>	<b>600 000</b>

Zdroj: vlastní zpracování

## 12.2 ODHAD PLÁNOVANÝCH TRŽEB

Odhad tržeb Galerie Café vychází z celkové kapacity podniku, z předpokládané obsazenosti a z průměrné útraty hostů. Tržby jsou členěny na hlavní a vedlejší sezónu podniku. Výnosy hlavní sezóny se očekávají od května – září, výnosy vedlejší sezóny se

očekávají od ledna – dubna, a dále od října do prosince. Poslední stanovené údaje průměrné tržby v pohostinství a stravování pro rok 2016 činí 103 Kč na osobu.<sup>53</sup>

**Tabulka 8: Předpokládaný obrat hlavní sezóny v Kč**

<b>Tržby</b>				
<b>Hlavní sezóna (5 měsíců) - nadzemní část</b>				
Den	Počet míst	Průměrná obrátka židle	Průměrná útrata zákazníka	Denní obrat
Po	28	1	103	2 912
Út	28	1	103	2 912
St	28	1	103	2 912
Čt	28	1	103	2 912
Pá	28	2	103	5 824
So	28	2	103	5 824
Ne	28	2	103	5 824
<b>Celkem</b>				<b>29 120</b>
<b>Hlavní sezóna - přízemní část</b>				
Den	Počet míst	Průměrná obrátka židle	Průměrná útrata zákazníka	Denní obrat
Po	52	0,3	103	1 622,40
Út	52	0,3	103	1 622,40
St	52	0,3	103	1 622,40
Čt	52	0,3	103	1 622,40
Pá	52	0,5	103	2 704
So	52	0,5	103	2 704
Ne	52	0,5	103	2 704
<b>Celkem</b>				<b>14 601,60</b>
Týdenní obrat	Týdny za měsíc	Měsíční obrat	Obrat hlavní sezóny	
43 722	4	174 886	<b>874 432</b>	

Zdroj: vlastní zpracování

<sup>53</sup> Ukazatele sociálního a hospodářského vývoje České republiky - 4. čtvrtletí 2016: Indexy tržeb v motoristickém segmentu , maloobchodě , ubytování, stravování a pohostinství. Český statistický úřad [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ukazatele-socialniho-a-hospodarskeho-vyvoje-ceske-republiky-4-ctvrtleti-2016>

**Tabulka 9: Předpokládaný obrat vedlejší sezóny v Kč**

<b>Tržby</b>				
<b>Vedlejší sezóna (7měsíců) - přízemní část</b>				
Den	Počet míst	Průměrná obrátka židle	Průměrná útrata zákazníka	Denní obrat
Po	52	0,5	104	2 704
Út	52	0,5	104	2 704
St	52	0,5	104	2 704
Čt	52	0,5	104	2 704
Pá	52	1	104	5 408
So	52	1	104	5 408
Ne	52	1	104	5 408
<b>Celkem</b>				<b>27 040</b>
Týdenní obrat	Týdny za měsíc	Měsíční obrat	Obrat vedlejší sezóny	
27 040	4	108 160	<b>757 120</b>	

Zdroj: vlastní zpracování

## 12.3 VÝKAZ ZISKŮ A ZTRÁT

Předpokládané náklady a výnosy slouží k zjištění hospodářského výsledku v prvním roce podnikání. Na základě sestavení účetního výkazu zisků a ztrát lze sestavit předpokládané cash flow.

**Tabulka 10: Rozpočet předpokládaných nákladů a výnosů v Kč**

<b>Výkaz zisků a ztrát</b>			
<b>Náklady</b>		<b>Výnosy</b>	
<b>Odpis hmotného majetku</b>	8 987	<b>Tržby za služby</b>	1 631 552
<b>Náklady na reprezentaci</b>	67 075		
<b>Spotřeba materiálu</b>	316 111		
<b>Mzdové náklady</b>	468 160		
<b>Náklady na SP a ZP</b>	159 174		
<b>Prodané zboží</b>	549 046		
<b>Ostatní služby</b>	800 578		
<b>Spotřeba energie</b>	146 184		
<b>Nákladové úroky</b>	10 900		
<b>Náklady celkem</b>	<b>2 526 215</b>	<b>Výnosy celkem</b>	<b>1 631 552</b>

Zdroj: vlastní zpracování

V prvním roce podnikání bude kavárna dosahovat ztráty ve výši 894 663 Kč. Ztráta je způsobena předpokládanou nižší návštěvností v prvním roce podnikání a vyššími náklady na nájem, nákup potřebného inventáře na zahájení podnikání, mzdy a nákup surovin. Ztrátu je možné uplatnit v daňovém přiznání v následujících pěti let, jako odčitatelnou položku od základu daně.

## 12.4 CASH FLOW

Tento výkaz zobrazuje pohyb peněžních toků v podniku. Pro sestavení výkazu cash flow byla využita přímá metoda, která zkoumá příjmy a výdaje v určitém časovém období. K prvnímu a poslednímu dni účetního období nebudou vyplaceny mzdy zaměstnancům, za měsíc leden a prosinec, stejně tak nebude odvedeno sociální a zdravotní pojištění. Následující tabulka cash flow je rozdělena na dvě části, po šesti měsících.

**Tabulka 11: předpokládané Cash flow (leden - červen)**

Cash flow						
Období	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen
Počáteční stav	147 035	96 348	34 650	-27 047	-88 745	-100 275
Tržby	108 160	108 160	108 160	108 160	174 886	174 886
<b>Příjmy celkem</b>	<b>255 195</b>	<b>204 508</b>	<b>142 810</b>	<b>81 113</b>	<b>86 141</b>	<b>74 611</b>
nájemné	65 083	65 083	65 083	65 083	65 083	65 083
mzdy	0	39 013,33	39 013,33	39 013,33	39 013,33	39 013,33
odvody	0	8277,87	8277,87	8277,87	8277,87	8277,87
energie	12 182	12 182	12 182	12 182	12 182	12 182
mobilní tarif	349	349	349	349	349	349
internet	349	349	349	349	349	349
spotřeba zboží	38 854	38 854	38 854	38 854	55 413	55 413
propagace	28 575	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
splátka úvěru	1 340,75	1 340,75	1 340,75	1 340,75	1 340,75	1 340,75
úroky	908,33	908,33	908,33	908,33	908,33	908,33
pojištění	6 506	0	0	0	0	0
poplatky za odpad	3 200	0	0	0	0	0
školení BOZP a PO	1 500	0	0	0	0	0
<b>Výdaje celkem</b>	<b>158 847</b>	<b>169 858</b>	<b>169 858</b>	<b>169 858</b>	<b>186 417</b>	<b>186 417</b>
<b>Tok v hotovosti (P-V)</b>	<b>96 348</b>	<b>34 650</b>	<b>-27 047</b>	<b>-88 745</b>	<b>-100 275</b>	<b>-111 806</b>

Zdroj: vlastní vypracování

**Tabulka 12: Předpokládané Cash flow (červenec – prosinec)**

<b>Cash flow</b>						
Období	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Počáteční stav	-111 806	-123 337	-134 867	-146 398	-208 095	-269 793
Tržby	174 886	174 886	174 886	108 160	108 160	108 160
<b>Příjmy celkem</b>	<b>63 080</b>	<b>51 550</b>	<b>40 019</b>	<b>-38 238</b>	<b>-99 935</b>	<b>-161 633</b>
nájemné	65 083	65 083	65 083	65 083	65 083	65 083
mzdy	39 013,33	39 013,33	39 013,33	39 013,33	39 013,33	0
odvody	8277,87	8277,87	8277,87	8277,87	8277,87	0
energie	12 182	12 182	12 182	12 182	12 182	12 182
mobilní tarif	349	349	349	349	349	349
internet	349	349	349	349	349	349
spotřeba zboží	55 413	55 413	55 413	38 854	38 854	38 854
propagace	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
splátka úvěru	1 340,75	1 340,75	1 340,75	1 340,75	1 340,75	1 340,75
úroky	908,33	908,33	908,33	908,33	908,33	908,33
pojištění	0	0	0	0	0	0
poplatky za odpad	0	0	0	0	0	0
školení BOZP a PO	0	0	0	0	0	0
<b>Výdaje celkem</b>	<b>186 417</b>	<b>186 417</b>	<b>186 417</b>	<b>169 858</b>	<b>169 858</b>	<b>122 566</b>
<b>Tok v hotovosti</b>	<b>-123 337</b>	<b>-134 867</b>	<b>-146 398</b>	<b>-208 095</b>	<b>-269 793</b>	<b>-284 199</b>

Zdroj: vlastní zpracování

K prvnímu a poslednímu dni účetního období nebudou vyplaceny mzdy zaměstnancům, za měsíc leden a prosinec, stejně tak nebude odvedeno sociální a zdravotní pojištění. V pokladně a na běžném účtu k poslednímu dni účetního období nebudeme mít žádné finanční prostředky na úhradu svých závazků.

Čistý peněžní tok vychází od třetího měsíce podnikání v záporném čísle, neboť kavárna předpokládá nižší návštěvnost zákazníků a předpokládané výdaje jsou natolik vysoké, že dochází k nedostatečné platební schopnosti od března daného roku. Zhodnocení základního kapitálu v podnikání může být očekáváno v dlouhodobém horizontu, ale z dlouhodobého hlediska musí být zvýšen vlastní kapitál na provoz kavárny.



## Odhadovaný výkaz zisků a ztrát v následujícím roce

Tabulka 13: Výkaz zisku a ztráty v roce 2018

<b>Výkaz zisků a ztrát</b>			
<b>Náklady</b>		<b>Výnosy</b>	
<b>Odpis hmotného majetku</b>	9 804	Tržby za služby	2 121 018
<b>Náklady na reprezentaci</b>	67 075		
<b>Mzdové náklady</b>	468 160		
<b>Náklady na SP a ZP</b>	159 174		
<b>Prodané zboží</b>	713 760		
<b>Ostatní služby</b>	800 578		
<b>Spotřeba energie</b>	146 184		
<b>Nákladové úroky</b>	9 146		
<b>Náklady celkem</b>	<b>2 373 881</b>	<b>Výnosy celkem</b>	<b>2 121 018</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Předpokládaný hospodářský výsledek v následujícím roce 2018 vychází znovu ve ztrátě i při snížení nákladů potřebného na založení podniku, v hodnotě 252 863 Kč. Výkaz zisků a ztrát vychází za předpokladu, že by kavárna očekávala nárůst tržeb a prodaného zboží o 30 % oproti minulému roku. Tento výsledek je ale zkreslený, konkrétně v položce nákladové úroky, protože pokud by kavárna měla být celé dva roky v provozu, musela by využít další externí zdroj od banky, na pokrytí všech závazků a vytvoření rezervy do dalších let, alespoň v hodnotě 1 300 000 Kč.

**Odhadované cash flow v následujícím roce**

**Tabulka 14: Výkaz zisků a ztráty v roce 2018 (leden – červen)**

<b>Cash flow</b>						
Období	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen
Počáteční stav	161 318	79 145	33 253	-12 638	-58 530	-39 205
tržby	140 608	140 608	140 608	140 608	227 352	227 352
<b>Příjmy celkem</b>	<b>301 926</b>	<b>219 753</b>	<b>173 861</b>	<b>127 970</b>	<b>168 822</b>	<b>188 147</b>
nájemné	65 083	65 083	65 083	65 083	65 083	65 083
mzdy	39 013,00	39 013,33	39 013,33	39 013,33	39 013,33	39 013,33
odvody	13 264,53	13 264,53	13 264,53	13 264,53	13 264,53	13 264,53
energie	12 182	12 182	12 182	12 182	12 182	12 182
mobilní tarif	349	349	349	349	349	349
internet	349	349	349	349	349	349
spotřeba zboží	50 510	50 510	50 510	50 510	72 037	72 037
propagace	28 575	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
splátka úvěru	1 486,89	1 486,89	1 486,89	1 486,89	1 486,89	1 486,89
úroky	762,19	762,19	762,19	762,19	762,19	762,19
pojištění	6 506	0	0	0	0	0
poplatky za odpad	3 200	0	0	0	0	0
školení BOZP a PO	1 500	0	0	0	0	0
<b>Výdaje celkem</b>	<b>222 781</b>	<b>186 500</b>	<b>186 500</b>	<b>186 500</b>	<b>208 027</b>	<b>208 027</b>
<b>Tok v hotovosti</b>	<b>79 145</b>	<b>33 253</b>	<b>-12 638</b>	<b>-58 530</b>	<b>-39 205</b>	<b>-19 880</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 15: Cash flow v roce 2018 (červenec - prosinec)**

<b>Cash flow</b>						
Období	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Počáteční stav	-19 880	-555	18 770	38 095	-7 797	-53 689
tržby	227 352	227 352	227 352	140 608	140 608	140 608
<b>Příjmy celkem</b>	<b>207 472</b>	<b>226 797</b>	<b>246 122</b>	<b>178 703</b>	<b>132 811</b>	<b>86 919</b>
nájemné	65 083	65 083	65 083	65 083	65 083	65 083
mzdy	39 013,33	39 013,33	39 013,33	39 013,33	39 013,33	39 013
odvody	13 264,53	13 264,53	13 264,53	13 264,53	13 264,53	13 264,53
energie	12 182	12 182	12 182	12 182	12 182	12 182
mobilní tarif	349	349	349	349	349	349
internet	349	349	349	349	349	349
spotřeba zboží	72 037	72 037	72 037	50 510	50 510	50 510
propagace	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
splátka úvěru	1 486,89	1 486,89	1 486,89	1 486,89	1 486,89	1 486,89
úroky	762,19	762,19	762,19	762,19	762,19	762,19
pojištění	0	0	0	0	0	0
poplatky za odpad	0	0	0	0	0	0
školení BOZP a PO	0	0	0	0	0	0
<b>Výdaje celkem</b>	<b>208 027</b>	<b>208 027</b>	<b>208 027</b>	<b>186 500</b>	<b>186 500</b>	<b>186 500</b>
<b>Tok v hotovosti (P-V)</b>	<b>-555</b>	<b>18 770</b>	<b>38 095</b>	<b>-7 797</b>	<b>-53 689</b>	<b>-99 581</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Hodnota počátečního stavu krátkodobého finančního majetku v roce 2018 je uveden za předpokladu, pokud by kavárna hospodařila s externími zdroji. Konečný stav peněžního toku na konci účetního období vychází v záporném čísle, a to v hodnotě 99 581 Kč. Tento peněžní stav na konci účetního období není dostačující na následující rok.

## ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zpracování podnikatelského záměru na založení a provozování kavárny v oblasti gastronomie. V práci byly vysvětleny základní charakteristiky, které souvisí s podnikáním a následně byl vypracován detailní rozpis jednotlivých kroků podnikatelského záměru. Sestavený podnikatelský plán by měl sloužit jako podklad pro představu, zda je podnikatelský plán realizovatelný či nikoli.

Realizace podnikatelského plánu je časově náročná a musí se předcházet z pečlivě rozpracované vnitřní, vnější analýzy a marketingového mixu. V práci byla použita SWOT analýza, analýza trhu, potencionálních zákazníků, dodavatelů a konkurentů. Nejdůležitější část podnikatelského plánu je finanční plánování podniku, ve kterém byla sestavena zahajovací rozvaha, výkaz zisků a ztrát, a následné cash flow.

Z práce vyplývá, že z předpokládaných příjmů a výdajů podnik není schopen dostát svým závazkům a dosahovat zisk. Ztráta je zapříčiněna nízkou návštěvností zákazníků v prvním roce podnikání, kde kavárna teprve vytváří klientelu zákazníků, vysokých nákladů na vybavení kavárny a vysoký náklad za nájem nebytového prostoru. Podnik není schopen být realizován bez dalších externích zdrojů financování. Na základě předpokládaného cash flow, výkazu zisků a ztrát, za dva po sobě jdoucí účetní roky by kavárna musela předpokládat úvěr v hodnotě 1 300 000 Kč, místo úvěru 100 000 Kč. Tento úvěr však není optimální z hlediska zadluženosti. S ohledem na predikci tržeb a vynaložených nákladů lze usuzovat, že návratnost vloženého kapitálu není reálná.

Jedny ze způsobů snížení výdajů na provoz kavárny může být eliminace prostřednictvím dotací z úřadu práce na aktivní politiku zaměstnanosti, zajištění výhodnějších obchodních podmínek.

Nutno podotknout, že tržby nemusí skutečně korespondovat s realitou, kterou nelze přesně definovat. K hodnocení podnikatelského plánu je třeba přistupovat s určitou obezřetností. Cíl práce není bohužel realistický, s ohledem na předpokládanou výši úvěru, vysokých nákladů a malých příjmů nelze předpokládat zhodnocení kapitálu a vytvoření zisku.

Toto téma pro svou bakalářskou práci jsem si vybral z toho důvodu, že mne zajímalo, jak složité je začít s podnikáním a jaké kroky musí podnikatel podstoupit, aby mohl založit a provozovat své podnikání.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

HINGSTON, Peter. *Začněte podnikat*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2002. Průvodce drobným podnikáním. ISBN 80-242-0838-5.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2690-8.

KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání. 2.*, aktualiz. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. Podnikání. ISBN 978-80-7346-157-7.

KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80-247-0966-X.

PADRNOS, Jaroslav. *Vhled do právní úpravy českého obchodního práva*. Vyd. 1. Ostrava: Key Publishing, 2013. Právo (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-180-1.

SALACHOVÁ, Bohumila. *Právo v podnikání. 2.*, aktualiz. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2012. Právo (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-148-1.

SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA. *Strategická analýza. 2.*, přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2006. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-367-1.

SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

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 a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. Expert (Grada). ISBN 80-247-1069-2.

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

### **Seznam použitých internetových zdrojů**

Splacení základního kapitálu, správce vkladu. In: *Správa společnosti* [online]. [cit. 2016-11-25]. Dostupné z: <http://www.spravaspolecnosti.cz/sprava-spolecnosti/splaceni-zakladniho-kapitalu-spravce-vkladu/>

Obchodní korporace - založení a vznik: Společnost s ručením omezením. In: *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/obchodni-korporace-zalozeni-a-vznik-ppbi-50403.html#!&chapter=3>

Statutární orgán akciové společnosti: Dualistická a Monistická struktura řídicích orgánů akciové společnosti. In: *Statutární orgány* [online]. [cit. 2016-12-01]. Dostupné z: <http://www.statutarniorgany.cz/statutarni-organ-spolecnosti/statutarni-organ-akciové-spolecnosti/>

Tyršovy sady. In: *Pardubice.eu* [online]. [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <http://www.pardubice.eu/projekty/architektonicke-projekty/tyrsovy-sady/>

Zvýšení minimální mzdy od 01.01.2016. In: *Benečb.cz* [online]. [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.benečb.cz/novinky/zvyseni-minimalni-mzdy-od-01-01-2016-2/>

Průměrná hrubá mzda. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xé>

Ukazatele sociálního a hospodářského vývoje České republiky - 4. čtvrtletí 2016: Indexy tržeb v motoristickém segmentu , maloobchodě , ubytování, stravování a pohostinství. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ukazatele-socialniho-a-hospodarskeho-vyvoje-ceske-republiky-4-ctvrtleti-2015>

Statistiky. Český statistický úřad [online]. [cit. 2017-02-02]. Dostupné z:  
<https://www.czso.cz/>

Systém kritických bodů. HACCP [online]. [cit. 2017-01-28]. Dostupné z:  
<http://www.haccp.estranky.cz/clanky/haccp/co-je-haccp/>



# SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Schéma právních forem podnikání.....	16
Obrázek 2: Porterův model pěti sil .....	20
Obrázek 3: SWOT analýza .....	22
Obrázek 4: Porterův model pěti sil .....	34

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Organizace provozu .....	28
Tabulka 2: Plánovací kalendář mezd .....	29
Tabulka 3: SWOT analýza Galerie Café .....	38
Tabulka 4: Marketingový rozpočet.....	40
Tabulka 5: Kalkulační přírážka jednotlivých produktů .....	41
Tabulka 6: Zakladatelský rozpočet na pořízení dlouhodobého majetku v Kč .....	42
Tabulka 7: Zahajovací rozvaha k 1. 1. 2017 v Kč .....	43
Tabulka 8: Předpokládaný obrat hlavní sezóny v Kč .....	44
Tabulka 9: Předpokládaný obrat vedlejší sezóny v Kč .....	45
Tabulka 10: Rozpočet předpokládaných nákladů a výnosů v Kč .....	46
Tabulka 11: předpokládané Cash flow (leden - červen) .....	47
Tabulka 12: Předpokládané Cash flow (červenec – prosinec).....	48

Tabulka 13: Výkaz zisku a ztráty v roce 2018.....	49
Tabulka 14: Výkaz zisků a ztráty v roce 2018 (leden – červen).....	50
Tabulka 15: Cash flow v roce 2018 (červenec - prosinec) .....	51

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha A - Vybavení kavárny .....	I
Příloha B - Splátkový kalendář .....	II
Příloha C - Odpisový plán daňových a účetních odpisů .....	III
Příloha D - Měsíční předpokládaná návštěvnost .....	III
Příloha E - Předpokládaný prodej jednotlivých kusů .....	IV
Příloha F - Předpokládaná spotřeba jednotlivého druhu kávy .....	IV
Příloha G - Předpokládaná spotřeba energie.....	IV
Příloha H - Nákupní plán hlavní sezóny .....	V
Příloha I - Nákupní plán vedlejší sezóny .....	IX
Příloha J - Ilustrační provozní řád HACCP .....	XIV
Příloha K - Modelace ceny pojištění.....	XV

## Příloha A - Vybavení kavárny

Inventář	Ks	Cena/ks (bez DPH)	Cena celkem
Slámky	100	0,21	20,66
Sklenice na sekt	40	15,7	628
Sklenice na červené víno	40	15,7	628
Sklenice na bílé víno	40	15,7	628
Kávová lžíce	20	13,64	272,8
Dlouhé lžíce	25	13,64	341
Dezertní vidlička	25	13,64	341
Sklenice na vodu	40	15,7	628
Sklenice na pivo 0,5l	40	31,4	1 256
Sklenice na pivo 0,3l	30	19	570,22
Sklenice na brandy	30	42,97	1 289
Sklenice na whisky	20	66,1	1 322
Karafa na whisky	2	1242,91	2 485,81
Sklo na Martiny	20	42,97	859,46
Sklo na Cocktail	20	42,97	859,46
Skleněný džbánec na víno	10	209,91	2 099
Odměrka	2	32,23	64,46
Karafa	30	15,7	471
Ledák s kleštěmi	5	147,93	739,63
Nůž dortový	1	346,26	346,26
Paletka na zákusky	1	346,26	346,26
Nůž na pečivo	1	330,56	330,56
Zdobící nože	1	371,88	371,88
Vývrtka	1	32,23	32,23
Otvírák na lahve	1	23,97	23,97
Obracečka	1	48,76	48,76
Metlička	1	48,76	48,76
Shaker	1	204,95	204,95
Kuchyňská váha	1	329,73	329,73
Zásobník na ubrousky a brčka	1	151,23	151,23
Teploměr	1	235,52	235,52
Pánev na palačinky	1	329,73	329,73
Míchací miska, sada 2ks	1	123,13	123,13
Sada kuchyňské náčiní	1	81,81	81,81
Papírové ubrousky 30ks	20	15,7	314
Toustovač	1	495	495
Šálek s podšálkem – Nordic sky	15	152	2 280
Šálek s podšálkem - Rose	15	156,19	2 342,84
Porcelánová lžička Rose	15	44,63	669,38

Porcelánová lžička Nordic sky	15	44,63	669,38
Dezertní talíř	30	43	1 290
Stůl	20	3 330	66 600
Židle	45	4 438	199 710
Sedací systém	2	7 668	15 336
Stojací lampa	3	1 066	3 198
Svícen	20	23,97	479,31
Svíčky 24ks	5	81,81	409,05
Rostlina v květináči	20	65,29	1 305,71
Kávomlýnek	1	2 400	2 400
Registrační pokladna	1	6 490	6 490
Mobilní telefon Huawei Y6	1	3 136	3 136
Zahradní set	1	27 468	27 468
Účetní software Pohoda	1	13 979	13 979
Pokladní dotykový systém	1	10 999	10 999
<b>Celkem</b>		<b>316 110,59 Kč</b>	

### Příloha B - Splátkový kalendář

Splátkový kalendář				
Výše úvěru	Roční úroková sazba	Doba splacení	RPSN	
100 000	10,9 % p.a.	5 let	11,50%	
Období	Anuita	Úrok ( v Kč)	Úmor (v Kč)	Zůstatek úvěru (v Kč)
0	0	0	0	100 000
1	<b>26 989,00</b>	<b>10 900,00</b>	<b>16 089,00</b>	<b>83911</b>
2	26 989,00	9 146,30	17 842,70	66 068,30
3	26 989,00	7 201,44	19 787,56	46 280,74
4	26 989,00	5 044,60	21 944,40	24 336,34
5	26 989,00	2 652,66	24 336,34	0,00
<b>Celkem</b>	<b>134 945,00 Kč</b>	<b>34 945,00 Kč</b>	<b>100 000,00 Kč</b>	

## Příloha C - Odpisový plán daňových a účetních odpisů

Odpisový plán					
Daňový odpis - 2. odpisová skupina					
Rovnoměrné odepisování		Vstupní cena: 98 000,00 Kč			
Rok	Roční odpis	Oprávky celkem	Zůstatková cena		
2018	10 780,00 Kč	10 780,00 Kč	87 220,00 Kč		
2019	21 805,00 Kč	32 585,00 Kč	65 415,00 Kč		
2020	21 805,00 Kč	54 390,00 Kč	43 610,00 Kč		
2021	21 805,00 Kč	76 195,00 Kč	21 805,00 Kč		
2022	21 805,00 Kč	98 000,00 Kč	0,00 Kč		
Účetní odpis					
Rok odepisování	Počet měsíců	Vstupní cena	Roční odpis	Oprávky	Zůstatková cena
2018	11	98 000	8 987	8 987	89 013
2019	12	89 013	9 804	18 791	79 209
2020	12	79 217	9 804	28 595	69 405
2021	12	69 417	9 804	38 399	59 601
2022	12	59 617	9 804	48 203	49 797
2023	12	49 817	9 804	58 007	39 993
2024	12	40 017	9 804	67 811	30 189
2025	12	30 217	9 804	77 615	20 385
2026	12	20 417	9 804	87 419	10 581
2027	12	10 617	9 804	97 223	777
2028	1	777	777	98 000	0
Odpisová sazba	10				
Roční odpis	8 987				
Měsíční odpis	748,92				

Galerie Café si plánuje pořídit kávovar s pořizovací cenou 98 000 Kč. Majetek bude předán do užívání v lednu roku 2018. Majetek bude odepisován rovnoměrně, od následujícího měsíce.

## Příloha D - Měsíční předpokládaná návštěvnost

Předpokládaná návštěvnost			
Hlavní sezóna		Vedlejší sezóna	
Den	Počet zákazníků	Den	Počet zákazníků
Po - Čt	104	Po - Čt	174
Pa - Ne	156	Pa - Ne	246
Celkem	260	Celkem	420
Celkem za měsíc	1040	Celkem za měsíc	1680

**Příloha E - Předpokládaný prodej jednotlivých kusů**

<b>Prodej jednotlivých kusů</b>			
Plánovaný prodej	Název produktu	Počet prodaných kusů za měsíc (hlavní sezóna)	Počet prodaných kusů za měsíc (vedlejší sezóna)
60%	káva	624	1008
10%	alkoholické nápoje	104	168
30%	nealkoholické nápoje	312	504
Celkem prodaných kusů		1040	1680

**Příloha F - Předpokládaná spotřeba jednotlivého druhu kávy**

<b>Spotřeba jednotlivých druhů kávy</b>			
Káva (60 %)	Druh kávy	Počet prodaných kusů kávy (HS)	Počet prodaných kusů kávy (VS)
35%	klasická	218	353
20%	z Fair trade obchodu	125	201
5%	bez kofeinu	31	50

**Příloha G - Předpokládaná spotřeba energie**

<b>Spotřeba energie</b>		
Cena vodného vč. DPH [Kč/m3]	Orientační spotřeba [m3/rok]	Cena/měsíc [v Kč]
36,9	400	1 230
Cena stočného vč. DPH [Kč/m3]	Orientační spotřeba [m3/rok]	Cena/měsíc [v Kč]
44,80 Kč	400	1 493
Spotřeba zemního plynu	Orientační potřeba [m3/rok]	Cena/měsíc [v Kč]
	10 000	6 992
Spotřeba elektřiny	Orientační spotřeba [kWh]	Cena/měsíc [v Kč]
	5 400	2 467
<b>Celkem energie</b>		<b>12 182,-</b>

## Příloha H - Nákupní plán hlavní sezóny

<b>Dodavatel Orfeo Office, s. r. o.</b>				
Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Lavazza Super Crema	1kg	2	357	714
Lavazza Tierra Fair Trade	1kg	1	489	489
Lavazza Decaffeinato bez kofeinu	250g	1	117	117
<b>Celkem</b>	<b>1 320,00 Kč</b>			
<b>Dodavatel COFFEEBREAK s.r.o.</b>				
Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks (bez DPH)	Cena celkem
Mandle v čokoládě	200ks	3	399	1197
Cukr bílý	1000ks	1	295	295
Cukr třtinový	1000ks	1	325	325
<b>Celkem</b>	<b>1 418,00 Kč</b>			
<b>Dodavatel PEAL a.s.</b>				
Zboží	Jednotka (ks)	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Rajec Neperlivá sklo 0,33l	24	1	106,8	213,6
Rajec Perlivá sklo 0,33l	24	1	106,8	213,6
Cappy Hruška sklo 0,33l	24	1	335,76	671,52
Cappy Jablko sklo 0,33l	24	1	335,76	671,52
Cappy Jahoda sklo 0,33l	24	1	335,76	671,52
Cappy Pomeranč sklo 0,33l	24	1	335,76	671,52
Coca-Cola sklo 0,33l	24	1	335,76	1007,28
Coca-Cola Light sklo 0,33l	24	1	335,76	1007,28
Fanta Pomeranč sklo 0,33l	24	1	335,76	671,52
Kofola 50l Originál KEG	1	1	799	799
Koli Citron sklo 0,33l	20	1	99,8	199,6
Koli Malina sklo 0,33l	20	1	99,8	199,6
Koli Oranž sklo 0,33l	20	1	99,8	199,6

Sprite sklo 0,33l	24	1	335,76	335,76
Kinley Tonic Water sklo 0,25l	24	2	335,76	671,52
Horké jablko	23	1	10,6	10,6
Horká hruška	23	1	10,6	10,6
<b>Celkem</b>	<b>8 225,64 Kč</b>			
Caprio džus - Ananas 2l	1	1	19,99	59,97
Caprio džus - Pomeranč 2l	1	1	19,99	39,98
Caprio džus - Černý rybíz 2l	1	1	19,99	79,96
Coca-Cola pet 2l	6	1	131,94	263,88
Kinley Tonic Water pet 2l	6	1	149,94	299,88
<b>Celkem nealko</b>	<b>743,67 Kč</b>			
Cukr krystal 1kg	1	1	22,9	22,9
Cukr třtinový 1kg	1	1	36,9	36,9
Koktejlové třešně 500g	1	1	134,9	269,8
Arašidy solené 100g	1	15	10,29	154,35
Kešu pražené, nesolené 60g	1	10	17,99	179,9
Bake Rolls Pizza	1	15	10,59	158,85
Bake Rolls Bacon	1	15	10,59	158,85
Bake Rolls Garlic	1	15	10,59	158,85
Chio Wasabi	1	10	16,49	247,35
Pivní tyčinky 100g	1	10	9,5	142,5
Tyčinky slané 85g Bohemia	1	15	12,89	193,35
<b>Celkem pochutiny</b>	<b>1 723,60 Kč</b>			
Domestos	1ks	1	28,1	28,1
Houbová utěrka	3ks	1	11,9	11,9
Hadr Mycí	1ks	1	16,25	16,25
Iron industrial	1ks	1	11,2	11,2
Čustič skel	1ks	1	29,99	29,99
Dolévací mýdlo 5l	1ks	1	98	98
Papírové kuchyňské utěrky	4ks	1	13,98	13,98
Pronto	1ks	1	78,99	78,99



Ubrousky	100ks	6	21,99	131,94
Toaletní papír Linteo	8ks	6	31,29	187,74
Cekem čistící prostředky	608,09 Kč			
Frisco Jablko sklo 0,33l	12ks	1	203,88	203,88
Frisco Brusinka sklo 0,33l	12ks	1	203,88	203,88
Gambrinus Citron pet 0,5l	1ks	10	14,99	149,9
Gambrinus Limetka, Bezinka pet 0,5l	1ks	10	14,99	149,9
Gambrinus 11° sklo 0,5l	8ks	1	108,99	108,99
Gambrinus 10° sklo 0,5l	8ks	1	101,99	101,99
Haineken 0,33l sklo	24ks	1	354,96	354,96
Pilsner Urquell 12° 0,33l	24ks	1	328,8	328,8
Stela Atrois 0,33l	24ks	1	453,36	453,36
Stela Atrois nealko 0,33l	24ks	1	350,16	350,16
Kingswood Cider sklo 0,4l	12ks	2	251,88	503,76
Baileys Original 1l	1ks	2	341,99	683,98
Kahlúa 1l	1ks	3	318,59	955,77
Vodka Absolut 1l	1ks	3	299,99	899,97
Tequila Sierra Reposado 1l	1ks	1	338	338
Captain Morgan Spiced Gold 1l	1ks	2	262,91	525,82
Captain Morgan White Rum 1l	1ks	2	262,91	525,82
Gin Beefeater 1l	1ks	2	298,99	597,98
Cointreau 0,7l	1ks	2	329,9	659,8
Celkem alko	8 096,72 Kč			
Bols Grenadine Sirup 0,7l	1ks	2	135,99	271,98
Monin Curacao Triple Sec 0,7l	1ks	2	222,99	445,98
Monin Caramel 1l	1ks	1	199,99	199,99
Monin Café likér 0,70l	1ks	1	276,99	276,99
Monin Fraise Jahoda 1l	1ks	1	209,99	209,99
Monin Limeta 1l	1ks	1	222,99	222,99
Monin Le Fruit de Coco 1l	1ks	1	247,99	247,99

Monin Vanille 1l	1ks	1	222,99	222,99
Monin Watermelon 0,7l	1ks	1	222,99	222,99

Celkem sirupy 2 321,89 Kč

**Zboží celkem 21 719,61 Kč**

**Dodavatel Dobré víno Cestrovi**

Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Muškat moravský - bílé, polosuché	0,75l	10	152,18	1521,8
Chardonnay - bílé, suché	0,75l	10	155,66	1556,6
Pálava - bílé polosladké	0,75l	10	165	1650
Cabernet Sauvignon - červené, suché	0,75l	10	182,62	1826,2
Petronilla muscat cuvée - sekt	0,75l	10	200	2000

**Zboží celkem 8 554,60 Kč**

**Dodavatel Fair Trade Centrum, s. r. o.**

Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Zelený čaj	80 sáčků	5	95	475
Zelený čaj s citrónem	20 sáčků	7	50	350
Černý čaj - Everyday tea	80 sáčků	3	103	309
Mátový čaj	250 sáčků	1	417	417
Ibiškový čaj	20 sáčků	7	60	420
Ovocný čaj	20 sáčků	10	52	520
Rooibos s pomerančem a skořicí	20 sáčků	7	50	350

**Zboží celkem 2 841,00 Kč**

**Dodavatel Ovocný Světozor**

Zboží	Jednotka	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Dort Django	1 ks	348	348
Dort Tiramisu	2 ks	348	348
Dort ovocný - jahodový	3 ks	348	348
Dort tvarohový - Míša	4 ks	348	348

**Zboží celkem 1 392,00 Kč**

20% sleva pro odběratele	278,40 Kč			
<b>Celkem</b>	<b>1 113,60 Kč</b>			
<b>Dodavatel JIP</b>				
Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Mouka světlá 1kg	1ks	1	13	13
Brusinkový džus 1l	1ks	1	72	72
Limety	1ks	15	3,4	51
Citróny 0,5g	1ks	1	26	26
Mátové listy	1ks	3	30	90
Smetana 200g	1ks	5	14	70
Mléko plnotučné 1l	1ks	10	20	200
Vejce	15ks	4	56,4	225,6
Panini	2ks	40	27,8	1112
Pomeranč 1kg	1ks	1	27,83	27,83
<b>Celkem</b>	<b>1 887,43 Kč</b>			
<b>Celkem za zboží</b>	<b>38 854,24 Kč</b>			

#### Příloha I - Nákupní plán vedlejší sezóny

<b>Dodavatel Orfeo Office, s. r. o.</b>				
Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Lavazza Super Crema	1kg	2,5	357	893
Lavazza Tierra Fair Trade	1kg	1,5	489	734
Lavazza Decaffeinato bez kofeinu	250g	2	117	234
<b>Celkem</b>	<b>1 860,00 Kč</b>			
<b>Dodavatel COFFEEBREAK s.r.o.</b>				
Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks (bez DPH)	Cena celkem
Mandle v čokoládě	200ks	11	399	4389
Cukr bílý	1000ks	1	295	295
Cukr třtinový	1000ks	1	325	325
<b>Celkem</b>	<b>5 009,00 Kč</b>			

<b>Dodavatel PEAL a.s.</b>				
Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Rajec Neperlivá sklo 0,33l	24ks	2	106,8	213,6
Rajec Perlivá sklo 0,33l	24ks	2	106,8	213,6
Cappy Hruška sklo 0,33l	24ks	2	335,76	671,52
Cappy Jablko sklo 0,33l	24ks	2	335,76	671,52
Cappy Jahoda sklo 0,33l	24ks	2	335,76	671,52
Cappy Pomeranč sklo 0,33l	24ks	2	335,76	671,52
Coca-Cola sklo 0,33l	24ks	2	335,76	671,52
Coca-Cola Light sklo 0,33l	24ks	2	335,76	671,52
Fanta Pomeranč sklo 0,33l	24ks	2	335,76	671,52
Kofola 50l Originál KEG	1ks	2	799	1598
Koli Citron sklo 0,33l	20ks	1	99,8	99,8
Koli Malina sklo 0,33l	20ks	1	99,8	99,8
Koli Oranž sklo 0,33l	20ks	1	99,8	99,8
Sprite sklo 0,33l	24ks	2	335,76	671,52
Kinley Tonic Water sklo 0,25l	24ks	2	335,76	671,52
Horké jablko	23ks	0	10,6	0
Horká hruška	23ks	0	10,6	0
<b>Celkem nealko</b>	<b>8 368,28 Kč</b>			
Caprio džus - Ananas 2l	1ks	2	19,99	59,97
Caprio džus - Pomeranč 2l	1ks	2	19,99	39,98
Caprio džus - Černý rybíz 2l	1ks	2	19,99	79,96
Coca-Cola pet 2l	6ks	1	131,94	263,88
Kinley Tonic Water pet 2l	6ks	1	149,94	299,88
<b>Celkem nealko pro míchané nápoje</b>	<b>743,67 Kč</b>			
Cukr krystal 1kg	1ks	1	22,9	22,9
Cukr třtinový 1kg	1ks	1	36,9	36,9
Koktejlové třešně 500g	1ks	3	134,9	404,7
Arašidy solené 100g	1ks	20	10,29	205,8
Kešu pražené, nesolené 60g	1ks	20	17,99	359,8

Bake Rolls Pizza	1ks	30	10,59	317,7
Bake Rolls Bacon	1ks	25	10,59	264,75
Bake Rolls Garlic	1ks	25	10,59	264,75
Chio Wasabi	1ks	20	16,49	329,8
Pivní tyčinky 100g	1ks	30	9,5	285
Tyčinky slané 85g Bohemia	1ks	30	12,89	386,7
<b>Celkem pochutiny</b>	<b>2 878,80 Kč</b>			
Domestos	1ks	1	28,1	28,1
Houbová utěrka	3ks	1	11,9	11,9
Hadr Mycí	1ks	1	16,25	16,25
Iron industrial	1ks	1	11,2	11,2
Čustič skel	1ks	1	29,99	29,99
Dolévací mýdlo 5l	1ks	1	98	98
Papírové kuchyňské utěrky	4ks	3	13,98	41,94
Pronto	1ks	2	78,99	157,98
Ubrousky	100ks	7	21,99	153,93
Toaletní papír Linteo	8ks	7	31,29	219,03
<b>Cekem čistící prostředky</b>	<b>13 002,19 Kč</b>			
Frisco Jablko sklo 0,33l	12ks	3	203,88	611,64
Frisco Brusinka sklo 0,33l	12ks	3	203,88	611,64
Gambrinus Citron pet 0,5l	1ks	20	14,99	299,8
Gambrinus Limetka, Bezinka pet 0,5l	1ks	20	14,99	299,8
Gambrinus 11° sklo 0,5l	8ks	2	108,99	217,98
Gambrinus 10° sklo 0,5l	8ks	2	101,99	203,98
Haineken 0,33l sklo	24ks	2	354,96	709,92
Pilsner Urquell 12° 0,33l	24ks	2	328,8	657,6
Stela Atrois 0,33l	24ks	2	453,36	906,72
Stela Atrois nealko 0,33l	24ks	2	350,16	700,32
Kingswood Cider sklo 0,4l	12ks	2	251,88	503,76
Baileys Original 1l	1ks	3	341,99	1025,97
Kahlúa 1l	1ks	2	318,59	637,18

Vodka Absolut 1l	1ks	4	299,99	1199,96
Tequila Sierra Reposado 1l	1ks	2	338	676
Captain Morgan Spiced Gold 1l	1ks	1	262,91	262,91
Captain Morgan White Rum 1l	1ks	3	262,91	788,73
Gin Beefeater 1l	1ks	3	298,99	896,97
Cointreau 0,7l	1ks	2	329,9	659,8
<b>Celkem alko</b>	<b>11 870,68 Kč</b>			
Bols Grenadine Sirup 0,7l	1ks	2	135,99	271,98
Monin Curacao Triple Sec 0,7l	1ks	2	222,99	445,98
Monin Caramel 1l	1ks	1	199,99	199,99
Monin Café likér 0,70l	1ks	1	276,99	276,99
Monin Fraise Jahoda 1l	1ks	1	209,99	209,99
Monin Limeta 1l	1ks	1	222,99	222,99
Monin Le Fruit de Coco 1l	1ks	1	247,99	247,99
Monin Vanille 1l	1ks	1	222,99	222,99
Monin Watermelon 0,7l	1ks	1	222,99	222,99
<b>Celkem sirupy</b>	<b>2 321,89 Kč</b>			
<b>Zboží celkem</b>	<b>32 923,60 Kč</b>			
<b>Dodavatel Dobré víno Cestrovi</b>				
Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Muškat moravský - bílé, polosuché	0,75l	15	152,18	2282,7
Chardonnay - bílé, suché	0,75l	15	155,66	2334,9
Pálava - bílé polosladké	0,75l	15	165	2475
Cabernet Sauvignon - červené, suché	0,75l	10	182,62	1826,2
Petronilla muscat cuvée - sekt	0,75l	10	200	2000
<b>Zboží celkem</b>	<b>10 918,80 Kč</b>			
<b>Dodavatel Fair Trade Centrum, s. r. o.</b>				
Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Zelený čaj	80 sáčků	1	95	95

Zelený čaj s citrónem	20 sáčků	1	50	50
Černý čaj - Everyday tea	80 sáčků	1	103	103
Mátový čaj	250 sáčků	1	417	417
Ibiškový čaj	20 sáčků	1	60	60
Ovocný čaj	20 sáčků	1	52	52
Rooibos s pomerančem a skořicí	20 sáčků	1	50	50
<b>Zboží celkem</b>	<b>827,00 Kč</b>			
<b>Dodavatel Ovocný Světozor</b>				
Zboží	Počet	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem	
Dort Django	1ks	348	348	
Dort Tiramisu	1ks	348	348	
Dort ovocný - jahodový	1ks	348	348	
Dort tvarohový - Míša	1ks	348	348	
<b>Zboží celkem</b>	<b>1 392,00 Kč</b>			
20% sleva pro odběratele	278,4			
<b>Celkem</b>	<b>1 113,60 Kč</b>			
<b>Dodavatel JIP</b>				
Zboží	Jednotka	Počet nakoupeného zboží	Cena/ks, balení (bez DPH)	Cena celkem
Mouka světlá 1kg	1ks	1	13	13
Brusinkový džus 1l	1ks	2	72	144
Limety	1ks	25	3,4	85
Citróny 0,5g	1ks	2	26	52
Mátové listy	1ks	4	30	120
Smetana 200g	1ks	7	14	98
Mléko plnotučné 1l	1ks	15	20	300
Vejce	15ks	4	56,4	225,6
Panini	2ks	60	27,8	1668
Pomeranč 1kg	1ks	2	27,83	55,66
<b>Celkem</b>	<b>2 761,26 Kč</b>			
<b>Celkem za zboží</b>	<b>55 413,26 Kč</b>			

## Příloha J - Ilustrační provozní řád HACCP

ÚSEK VYTLOUKÁNÍ VAJEC			
Pracovní plocha	Mytí s následnou desinfekcí	Jar, Chloramin	denně
Umyvadlo	Mytí s následnou desinfekcí	Jar, Chloramin	denně
Mísa, cedník	Zbavíme hrubých nečistot	Jar	denně
Pracovní náčiní	Mytí s následnou desinfekcí	Chloramin	denně
Obklady	Mytí s následnou desinfekcí	Jar, Chloramin	denně
Zásobník na ručníky	Mytí s následnou desinfekcí	Jar, Chloramin	denně
Dávkovač na mýdlo	Mytí s následnou desinfekcí	Jar, náplň - antibakteriální mýdlo	denně
Odpadkový koš	Výměna jednorázových odpad.pytlů	Jar	denně
	Mytí s následnou desinfekcí	Chloramin	denně
Dveře, kliky, vypínače	Mytí s následnou desinfekcí	Jar, Chloramin	denně
Podlaha	Zbavíme hrubých nečistot	Mazlavé mýdlo +	denně
	Mytí s následnou desinfekcí	Chloramin	denně
Osvětlení	Mytí s následnou desinfekcí	Jar, Chloramin	¼ čtvrtletně
Osvětlení	Mytí s následnou desinfekcí	Jar, Chloramin	¼ čtvrtletně



## Příloha K - Modelace ceny pojištění



### Modelace ceny pojištění majetku a odpovědnosti občanů

Příjmení, jméno: fiktivní klient  
Adresa: Fiktivní 1, 110 00 Fiktivní

Obchodník: Česká Pošta s.p.  
Kontakt: CESKA\_POSTA\_SP\_4@CESKAPOJISTOVNA.CZ

#### Pojištění stavby

Místo pojištění:  
Sukova třída 2975  
530 02 Pardubice

Pojistná částka 5 800 000 Kč

Rozsah pojištění/pojistná nebezpečí (v závorce jsou uvedeny některé příklady)	Varianta rozsahu pojištění - Limit (Kč)		
	Start	Standard	Exclusive
Vedlejší stavba (kolna, bazén, skleník, studna apod.)	20 000	580 000	580 000
Živelní (požár, blesk, vichřice, krupobití, tíha sněhu)	5 820 000	6 380 000	6 380 000
Povodeň a záplava	✘	6 380 000	6 380 000
Vodovodní (voda vytékající z vodovodního zařízení, potrubí)	✘	6 380 000	6 380 000
Pojištění skel "All-Risk" (skleněné výplně, lodžie, terasy)	↑	✘	20 000
Asistence Standard (přivolání zámečníka při zablokování dveří)	✘	✓	✓
Odcizení věcí krádeží vloupáním nebo loupeží	↑	✘	10 000
Poškození nebo zničení stavebních součástí	↑	✘	10 000
Přepětí	↑	✘	10 000
Asistence Nadstandard (navíc úhrada náhradního ubytování)	✘	✘	✓
Poškození zateplené fasády - ptáky, hlodavci a hmyzem	✘	✘	✘
Pojištění porostů na pozemku (škody způsobené živly, odcizení)	↑	✘	✘
Asistence Exclusive - stavba (navíc úklid sněhu, sekání dřeva)	✘	✘	□
Vandalismus	↑	✘	□
Sprejerství v rámci vandalismu	✘	✘	✘
Ztráta vody (náhrada výdajů za nežádoucí únik vody)	✘	✘	✘
Náraz vozidla (poškození plotu, stavby)	✘	✘	✘
<b>Roční pojistné (Kč)</b>	<b>4 118</b>	<b>5 486</b>	<b>6 506</b>

✘ Riziko nelze sjednat

✓ Riziko je sjednáno

□ Lze připojistit

↑ Lze navýšit

Spoluúčast:

3 000 Kč

Spoluúčast pro povodeň a záplava:

1% z pojistného plnění, min. 10 000 Kč

#### Přehled pojištění, celkové pojistné

**Pojištění stavby Exclusive**

7 201 Kč

Pojištění se sjednává se slevou za spoluúčast

695 Kč

**Celkové roční pojistné**

**6 506 Kč**

**Roční pojistné za pojistnou smlouvu\***

**6 506 Kč**

\*Pojistné je zaokrouhleno na celé číslo tak, aby bylo dělitelné počtem splátek.

Tento modelový příklad není součástí pojistné smlouvy, výše pojistného je pouze orientační a nezavazuje Českou pojišťovnu a.s. (pojistitele) k žádnému plnění.

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: Lukáš Voráček**

**Obor: 6202R087 - Evropská hospodářskosprávní studia (Bc. EHS Voš)**

**Forma studia: prezenční studium**

**Název práce: Podnikatelský plán v oblasti gastronomie**

**Rok: 2017**

**Počet stran textu bez příloh: 44**

**Celkový počet stran příloh: 15**

**Počet titulů českých použitých zdrojů: 13**

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0**

**Počet internetových zdrojů: 9**

**Vedoucí práce: Ing. Štefan Toth**