

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Diplomová práce

**Podnikatelský projekt na založení kočičí kavárny
„Lily's Café“**

Kateřina Bínová

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Kateřina Bínová

Ekonomika a management
Provoz a ekonomika

Název práce

Podnikatelský projekt na založení kočičí kavárny „Lily’s Café”

Název anglicky

Business plan for the cafe ”Lily’s Cafe”

Cíle práce

Hlavním cílem je zpracování komplexního podnikatelského projektu na založení kočičí kavárny ve městě Třebíč tak, aby byl realizovatelný a udržitelný. Dílčími cíli je provést analýzu podnikatelského prostředí, ve kterém bude podnik provozován a vytvoření obchodního, marketingového a finančního plánu.

Metodika

Pro analýzu externího prostředí bude využita metoda STEP analýzy a pro analýzu konkurence Porterova analýza. K získání potřebných dat týkajících se zájmu a preferencí zákazníků poslouží dotazníkové šetření. Silné a slabé stránky, včetně hrozeb a příležitostí budou zjišťovány pomocí SWOT analýzy. Ekonomické posouzení navrženého podnikatelského projektu bude realizováno s využitím dynamických metod hodnocení investic.

Doporučený rozsah práce

60- 70 stran

Klíčová slova

podnikatelský projekt, podnikání, kavárna, STEP analýza, Porterova analýza, SWOT analýza

Doporučené zdroje informací

FORET, Miroslav. Marketing pro začátečníky. Brno: Edika, 2012. ISBN 9788026600060.

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

SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0407-9.

ŠTRUNC, Adam a Pavel ŠTRUNC. Podnikání z lavice. V Brně: BizBooks, 2020. ISBN 9788026509387.

Předběžný termín obhajoby

2021/22 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Pavel Moulis, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 27. 10. 2021

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 23. 11. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 18. 03. 2022

Čestné prohlášení

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

V Praze dne 31.3.2022

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Pavlu Moulisovi, Ph.D. za odborné vedení a cenné rady při zpracování mé diplomové práce.

Podnikatelský projekt na založení kočičí kavárny „Lily’s Café“

Abstrakt

Hlavní záměr vypracované diplomové práce je realizace komplexního podnikatelského projektu na založení Kočičí kavárny „Lily’s Café“ v Třebíči. Projekt je vypracován z pohledu investorky a autorky projektu, která působí jako fyzická osoba s živnostenským oprávněním. Kočičí kavárna je podnik, který v lokalitě nemá přímou konkurenci a má tedy potenciál ovládnout daný tržní segment. K vyhodnocení projektu je využito dynamických metod s následnou interpretací záměru a analýzy různých scénářů průběhu podnikání. Teoretická část práce definuje teoretická východiska z oblasti podnikání, koncepcí tvorby podnikatelského záměru a vysvětlením jeho dílčích analýz. Praktickou část tvoří samotný podnikatelský projekt s využitím poznatků z teoretické části s deskripcí jednotlivých kroků pro vytvoření reálného plánu na založení kočičí kavárny.

Klíčová slova: podnikatelský projekt, podnikání, kočičí kavárna, STEP analýza, Porterova analýza, SWOT analýza, finanční plán

Business Project For Opening Cat Cafe “Lily’s Café”

Abstract

The primary purpose of submitted diploma thesis is implementation of complex business project for opening cat café “Lily’s Café” located in Třebíč. The project is elaborated from the point of view of investor and author of the plan who acts as an individual with trade license. Cat cafe in a business which does not have direct competition in stated location and therefore the business has potential to corner the market segment. The evaluation of the project objective is based on dynamic methods with interpretation of the objective and analysis of different scenarios of the process of business plan. Theoretical study defines theoretical concepts and terms dealing with business and creating business projekt and will describe individual analysis. The second part of the thesis consists of business plan itself using previously discussed findings from theoretical part of the thesis. This practical part defines needed steps to create realistic business plan to establish cat cafe.

Keywords: business project, business, cat café, STEP analysis, Porter analysis, SWOT analysis, financial plan

Obsah

1 Úvod.....	9
2 Cíl práce a metodika	10
2.1 Cíl práce	10
2.2 Metodika	10
3 Teoretická východiska	11
3.1 Podnikání.....	11
3.2 Podnikatel.....	12
3.3 Právní formy podnikání.....	14
3.3.1 Podnikání fyzické osoby	15
3.3.2 Podnikání právnické osoby	16
3.4 Podnikatelský plán	17
3.4.1 Struktura podnikatelského plánu	17
3.5 Situační analýza	18
3.5.1 Externí analýza	19
3.5.2 Porterova analýza pěti sil	21
3.5.3 SWOT analýza	22
3.6 Marketing	23
3.6.1 Produkt.....	24
3.6.2 Cena	25
3.6.3 Distribuce.....	26
3.6.4 Marketingová komunikace	26
3.7 Finanční plán	28
3.7.1 Zakladatelský rozpočet	29
3.7.2 Cash flow	29
3.7.3 Výkaz zisku a ztráty.....	29
3.7.4 Rozvaha	30
3.7.5 Zdroje financování	30
3.7.6 Externí zdroje financování	31
3.7.7 Interní zdroje financování	32
3.8 Hodnocení rizik	33
4 Podnikatelský projekt na založení kočičí kavárny.....	35
4.1 Úvod a účel dokumentu	36
4.2 Shrnutí	36
4.3 Charakteristika podniku	38
4.3.1 Základní údaje.....	38
4.3.2 Podnikatelský nápad a jádro podnikání	40

4.3.3	Podnikatelská příležitost	41
4.3.4	Definování cílů podniku.....	41
4.3.5	Právní úpravy podnikání v gastronomii	42
4.3.6	Živnostenské oprávnění	43
4.4	Personální zajištění.....	44
4.4.1	Základní údaje o investorce	44
4.4.2	Organizační struktura	44
4.5	Situační analýza.....	46
4.5.1	STEP analýza	46
4.5.2	Porterova analýza pěti sil	51
4.5.3	SWOT analýza	56
4.6	Marketing	58
4.6.1	Produkt	58
4.6.2	Cena	60
4.6.3	Distribuce	61
4.6.4	Propagace	62
4.7	Finanční plán	63
4.7.1	Zahajovací rozvaha	63
4.7.2	Přehled nákladů pro uvedené podniku do provozu	64
4.7.3	Náklady podniku	66
4.7.3.1	Realistický scénář	67
4.7.3.2	Optimistický scénář	68
4.7.3.3	Pesimistický scénář.....	68
4.7.4	Odhad tržeb a hospodářský výsledek.....	73
4.7.4.1	Realistický scénář	73
4.7.4.2	Optimistický scénář	75
4.7.4.3	Pesimistický scénář.....	76
4.7.5	Výkaz zisku a ztráty	78
4.7.5.1	Realistický scénář	79
4.7.5.2	Optimistický scénář	80
4.7.5.3	Pesimistický scénář.....	81
4.7.6	Cash Flow	82
4.7.6.1	Optimistický scénář	83
4.7.6.2	Pesimistický scénář.....	83
4.8	Hodnocení rizik a jejich eliminace	90
5	Zhodnocení předloženého projektu	92
5.1	Vyhodnocení konkurenčního prostředí	92

5.2	Vyhodnocení finančního plánu	92
5.3	Rizikovost projektu	94
6	Závěr.....	96
	Seznam použitých zdrojů	98
	Přílohy.....	101

Seznam obrázků

Obrázek 1	Logo kočičí kavárny	38
Obrázek 2	Vizualizace provozovny	39
Obrázek 3	Vizualizace provozovny	39
Obrázek 4	Průměr HDP v ČR na 1 obyvatele v Kč.....	48
Obrázek 5	Míra inflace v % k 31.12.	49
Obrázek 6	Obecná míra nezaměstnanosti v letech	50
Obrázek 7	Míra nezaměstnanosti v ČR za rok 2021	50
Obrázek 8	Měsíční konečný stav cash flow 2022.....	93

Seznam tabulek

Tabulka 1 SWOT analýza	56
Tabulka 2 Sortiment kavárny	59
Tabulka 3 Ceny sortimentu kavárny	61
Tabulka 4 Zahajovací rozvaha	63
Tabulka 5 Plán splácení úvěru	64
Tabulka 6 Přehled majetku	65
Tabulka 7 Účetní odpisování dlouhodobého majetku.....	65
Tabulka 8 Počáteční marketingové náklady	66
Tabulka 9 Měsíční fixní náklady	67
Tabulka 10 Měsíční náklady za rok 2022, realistický scénář	70
Tabulka 11 Měsíční náklady za rok 2023, realistický scénář	71
Tabulka 12 Měsíční náklady za rok 2024, realistický scénář	72
Tabulka 13 Odhad tržeb 2022, realistický scénář	73
Tabulka 14 Výsledky hospodaření 2022, realistický scénář.....	74
Tabulka 15 Výsledky hospodaření 2023, realistický scénář.....	74
Tabulka 16 Výsledky hospodaření 2024, realistický scénář.....	75
Tabulka 17 Odhad tržeb za rok 2022, optimistický scénář.....	75
Tabulka 18 Výsledky hospodaření 2022, optimistický scénář	76
Tabulka 19 Výsledky hospodaření 2023, optimistický scénář.....	76
Tabulka 20 Výsledky hospodaření 2024, optimistický scénář	76
Tabulka 21 Odhad tržeb za rok 2022, pesimistický scénář.....	77
Tabulka 22 Výsledky hospodaření 2022, pesimistický scénář	77
Tabulka 23 Výsledky hospodaření 2023, pesimistický scénář	77
Tabulka 24 Výsledky hospodaření 2024, pesimistický scénář	78
Tabulka 25 Výkaz zisku a ztráty za rok 2024, realistický scénář.....	79
Tabulka 26 Výkaz zisku a ztráty za rok 2024, optimistický scénář.....	80
Tabulka 27 Výkaz zisku a ztráty za rok 2024, pesimistický scénář	81
Tabulka 28 Zálohy na zdravotní pojištění, realistický scénář.....	82
Tabulka 29 Zálohy na sociální pojištění, realistický scénář	82
Tabulka 30 Zálohy na zdravotní pojištění, optimistický scénář	83
Tabulka 31 Tabulka 31 Zálohy na sociální pojištění, optimistický scénář	83
Tabulka 32 Cash flow 2022, realistický scénář	84
Tabulka 33 Cash flow 2023, realistický scénář	85
Tabulka 34 Cash flow 2024, realistický scénář	86
Tabulka 35 Cash flow 2022, pesimistický scénář.....	87
Tabulka 36 Cash flow 2023, pesimistický scénář.....	88
Tabulka 37 Cash flow 2024, pesimistický scénář.....	89
Tabulka 38 Vyhodnocení rizik a návrhy eliminace	90
Tabulka 39 Mapa rizik podniku	91
Tabulka 40 Měsíční konečný stav cash flow 2023	94
Tabulka 41 Měsíční konečný stav cash flow 2024	94

1 Úvod

Podnikatelský plán je dokument, který umožní novému i zkušenému podnikateli zanalyzovat tržní prostředí, vytvořit finanční plán a vyhodnotit potencionální rizika. Na základě jejich vyhodnocení a zjištěných závěrů může předvídat případné hrozby podnikatelské činnosti a eliminovat nežádoucí situace.

Klíč k úspěchu v podnikatelském světě tkví v unikátnosti produktu, jeho kvalitě a odlišnosti od konkurence. Netypické a zajímavé projekty jsou atraktivní příležitostí pro podnikatele a zároveň cílem zájmu zákazníků. Mezi takové podniky lze zařadit stravovací zařízení ve společnosti volně se pohybujících zvířat.

Předmětem vypracované diplomové práce je podnikatelský projekt na založení kočičí kavárny. Obdobná stravovací zařízení se zvířecím aspektem se stávají senzací po celém světě. Trend kočičích kaváren je už přítomen i v České republice, kde jsou ale stále považovány za netradiční podniky zřízené v menších kvantitách pouze v několika větších městech. Tato mezera na trhu představuje nadějnou a zajímavou podnikatelskou příležitost s potenciálem pro dobročinnost. Touha po založení a vedení vlastní firmy a onen dobročinný aspekt daly zrod umístovací kočičí kavárně Lily's Café, která stojí na spolupráci s městským útlukem pro opuštěná zvířata v Třebíči.

Projekt nevznikl pouze pro vytvoření zisku a pracovní náplně investorky, ale také jako pomoc pro zvířata v nesnázích a umožnění jejich rychlejší adopce, čímž jim dát naději na spokojený a dlouhý život. Prostřednictvím doprovodných programů pro děti i dospělé má podnik i vzdělávací potenciál, kdy v rámci jejich realizace se podnik stane prostorem pro diskuzi o ekologických a zoologických tématech.

Předkládaný podnikatelský projekt je založen na simulaci s využitím reálných ekonomických dat a výpočtů s následným vyhodnocením projektu. K zhodnocení plánu, jeho realizaci a udržitelnosti jsou využity dynamické metody, včetně vypracování realistického a podrobného finančního plánu a ekonomického zhodnocení investice.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem předkládané diplomové práce je vypracování komplexního podnikatelského projektu na založení kočičí kavárny ve městě Třebíč tak, aby byl realizovatelný a zároveň udržitelný. Dílčími cíli je provést analýzu podnikatelského prostředí, ve kterém bude podnik provozován a vytvořit obchodní, marketingový a finanční plán. Dalším dílčím plánem je vyhodnocení investice z hlediska její rizikovosti a udržitelnosti.

2.2 Metodika

Metodika teoretické části práce bude vypracována za využití deskripce a komparace poznatků získaných z odborné literatury a internetových zdrojů. V rámci řešení bude popsána struktura podnikatelského plánu, na jejímž základě bude vypracován vlastní podnikatelský projekt. Pro analýzu externího prostředí podniku bude využita STEP analýza a pro analýzu konkurence Porterova analýza pěti sil. Silné a slabé stránky, včetně hrozeb a příležitostí budou definovány pomocí SWOT analýzy. Ekonomické posouzení navrženého podnikatelského projektu bude realizováno s využitím dynamických metod hodnocení investic.

3 Teoretická východiska

Cílem této kapitoly je definování základních pojmů, které se týkají problematiky podnikání a podnikatelského projektu. Tato část se dále zaměřuje na strukturu, metody a postupy vztahující se k sestavení podnikatelského projektu, tedy k praktické části této diplomové práce.

3.1 Podnikání

Definovat pojem podnikání není jednoduché, neboť lze na něj nahlížet z několika hledisek.

Z ekonomického úhlu pohledu je podnikání zapojení ekonomických zdrojů a dalších aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Jedná se o dynamický proces vytváření přidané hodnoty.

V psychologickém pojetí můžeme definovat podnikání jako činnost motivovanou potřebou něco získat, vyzkoušet, splnit a něčeho dosáhnout. V tomto ohledu je podnikání prostředek k dosažení seberealizace. (Veber, Srpová, 2012, s. 14)

Ze sociologického úhlu pohledu lze podnikání definovat jako vytváření blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů a vytvářením nových pracovních míst a příležitostí. (Veber, Srpová, 2012, s. 14)

Nový občanský zákoník definuje podnikání, respektive podnikatele následovně: „*Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.*“

V literárních publikacích narazíme i na spoustu dalších definic podnikání. Hisrich definuje podnikání následovně: „*Proces vytváření čehosi jiného, čemuž náleží hodnota prostřednictvím vynakládání potřebného času a úsilí, přebírání doprovodných finančních, psychologických a společenských rizik a získávání výsledné odměny v podobě peněžního a osobního uspokojení.*“ (Hisrich, 1996, s. 26)

Z definic je zřejmé, že se jedná o opakovanou činnost, která má za cíl uspokojování cizích potřeb za účelem dosažení zisku. Finanční motivace je v definici důležitá, neboť existují i jiné subjekty, které svou činností uspokojují cizí potřeby, ale neprovozují ji za účelem zisku. V těchto případech hovoříme o neziskových organizacích. (Srpová, Řehoř, 2010, s.20)

Soustavná činnost neznačí činnost nepřetržitou, nýbrž takovou, která je vykonávána s vidinou, že bude vykonávána stále. Nesmí se tedy jednat o činnost nárazovou, náhodnou či příležitostnou. V těchto případech hovoříme o příležitostném příjmu, který může mít jak zaměstnanec, OSVČ, tak i nezaměstnaná osoba. (Srpová, Řehoř, 2010, s.20)

Příležitostné příjmy mohou pocházet ze 3 oblastí:

- Jednorázové výdělečné činnosti (např. brigády)
- Příležitostný pronájem movitých věcí (např. zpoplatněné zapůjčení automobilu)
- Příjmy ze zemědělské činnosti (např. prodej ovoce a zeleniny z vlastní zahrady)

Mezi další základní rysy podnikání patří samostatnost. Osoba, která podnik provozuje, může dle vlastního uvážení samostatně rozhodovat o době, místě a dalších důležitých aspektech činnosti včetně organizace práce. Samostatnost však značí i fakt, že podnikatel musí finančně zajistit chod podnikání a rozhodovat o způsobu použití zisku z vlastní podnikatelské činnosti. (Srpová, Řehoř, 2010, s.21)

3.2 Podnikatel

Stejně jako v případě definování podnikání, i pro podnikatele existuje několik definic. V rámci ekonomického pojetí může být podnikatel definován následujícími způsoby:

- osoba, která realizuje podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu.
- osoba schopná rozpoznat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotná podstoupit tomu odpovídající rizika
- iniciátor a nositel podnikání – investuje své prostředky, čas, úsilí a jméno, přebírá odpovědnost, nese riziko s cílem dosáhnout svého finančního a osobního uspokojení. (Veber, Srpová, 2012, s. 15)

Z legislativního pohledu, bylo podnikání definováno v obchodním zákoníku, který byl zrušen ke dni 01.01.2014, jako „*soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku*“. Obdobnou definici podnikání stále můžeme najít v živnostenském zákoně. Nový Občanský zákoník již samotný pojem podnikání nedefinuje a nalezneme v něm pouze definici podnikatele. Aby osoba byla považována za podnikatele, nevyžaduje podnikatelské oprávnění. Rozhodující je její chování v právním styku.

Veber ve své publikaci definuje 10 klíčových rysů, kterými by měl podnikatel aspirovat a uplatňovat je ve své každodenní činnosti, pokud chce být ve svém podnikání úspěšný:

1. *Vytrvalost* – odezva na podnikatelské zásahy se neprojeví ihned, ale s určitým časovým odstupem. Podnikatel by si z případných nezdarů měl brát jisté poučení do budoucnosti, aby se jich napříště vyvaroval a tyto nezdary by jej neměly odradit od další činnosti.

2. *Sebedůvěra* – důvěra ve vlastní schopnosti je pro podnikatele velmi důležitá. Sebedůvěru posilují převážně dílčí úspěchy, informovanost podnikatele, příprava na náročné jednání či rozhodnutí.

3. *Odpovědnost* – podnikání je spojeno s odpovědností nejen právní ale i morální. Podnikatel odpovídá za své závazky dodavatelům, za dodržení smluvních podmínek svým zákazníkům, za dodržení pracovních smluv svým zaměstnancům, za placení daní, za dodržování zákonů.

4. *Informovanost* – pro podnikatele jednoznačně platí konstatování, že „štěstí přeje připraveným“. Podnikatel by měl využívat co nejlepší informační kanály o zákaznících, konkurentech, situaci na trzích zboží, kapitálu, práce, vývoji ekonomické i politické situace.

5. *Iniciativa* – podnikatel by měl konat dříve, než jej o to někdo požádá, případně je k tomu událostmi donucen. Reaktivní chování je sice pohodlné, méně rizikové, ovšem nemusí přinášet žádoucí efekty.

6. *Monitoring* a využití příležitostí a svých silných stránek – podnikatel by měl znát své přednosti a umět hlavně je využívat ke svému dalšímu rozvoji. Neustále by měl sledovat vývoj okolí a zkoumat, zda pro jeho podnikání neznamena příležitost.

7. *Koncepce cena – kvalita – flexibilita* – podnikatel by měl považovat za samozřejmé tři základní konkurenční atributy: cena, kvalita, čas. Neboť v současném tržním prostředí zákazníci nechtějí jen co nejnižší cenu, ale požadují i kvalitu a stále častěji i pružnou reakci na jejich požadavky.

8. *Úsilí o úspěch* – podnikatel může vyjádřit svůj úspěch objektivně či subjektivně. Objektivní úspěch podnikání lze zobrazit zejména hospodářským výsledkem, subjektivní úspěch je výsledkem vnímání samotného podnikatele, např. jak podnikání přispívá k jeho seberealizaci. Tyto dva různé pohledy na úspěch mohou být v rozporu. I když podnikání měřeno hospodářskými výsledky může být hodnoceno jako úspěšné, podnikatele nemusí uspokojovat a může dokonce vést k jeho demotivování.

9. *Racionální chování* – tržní ekonomika vyžaduje, aby podnikatel uvažoval v několika variantách, zvažoval různé alternativy, predikoval své podnikatelské aktivity, nebál se uplatňovat perspektivní projekty, v provozních činnostech důsledně uplatňoval hospodárné přístupy.

10. *Respektování okolní reality* – podnikatel se pohybuje v prostředí, ve kterém platí řada zákonů a jistých skutečností, které musí respektovat nebo jim své podnikání přizpůsobit. (Veber, 2005, s. 62-63)

3.3 Právní formy podnikání

Volba právní formy je pro podnikatele klíčové rozhodnutí, které má dlouhodobé ekonomické, daňové a právní důsledky. Volba formy podnikání není nezvratné rozhodnutí, i přesto je třeba jej zvážit a přizpůsobit vlastním cílům, strategii a možnostem.

Mezi základní právní formy podnikání patří fyzická a právnická osoba.

Fyzická či právnická osoba může vykonávat podnikatelskou činnost pouze na základě živnostenského oprávnění či registrace vydané živnostenským úřadem, profesní komorou nebo jiným orgánem pověřeným zákonem. Žadatel o toto oprávnění musí podat ohlášení o živnosti nebo žádost o koncesi pomocí formuláře, který po vyplnění odevzdá na živnostenském úřadě. Dále musí žadatel předložit požadované dokumenty, kterými jsou například doklad totožnosti nebo výpis z trestního rejstříku. (Srpová, Řehoř, 2010, s. 67)

3.3.1 Podnikání fyzické osoby

Fyzické osoby, tedy osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ) mohou podnikat na základě živnostenského oprávnění.

Dle živnostenského zákona rozlišujeme dvě kategorie živností:

- z hlediska odborné způsobilosti
- z hlediska předmětu podnikání

Živnosti dle odborné způsobilosti můžeme dále rozdělit následovně:

- ohlašovací živnost
- koncesované živnost

Ohlašovací živnost může být provozována na základě ohlášení, pokud jsou splněny všeobecné podmínky. Koncesovaná živnost se od ohlašovací liší tím, že pro její provozování je zapotřebí získání státního povolení, tedy koncese.

Všeobecné podmínky pro provozování živnosti jsou následující:

- dosažení plnoletosti, tj. věku 18 let
- způsobilost k právním úkonům
- trestní bezúhonnost
- předložení dokladu o tom, že fyzická osoba nemá vůči územním finančním státním orgánům daňové nedoplatky

Živnosti dle předmětu podnikání rozlišujeme:

- obchodní
- výrobní
- poskytující služby

Hovoříme-li o živnosti obchodní, jedná se především o koupi zboží za účelem dalšího prodeje. V případě výrobní živnosti může podnikatel v rámci živnostenského oprávnění produkt vyrábět, prodávat a opravovat s předpokladem, že bude zachována povaha živnosti. Poskytováním služeb se rozumí oprava a údržba věcí, provozování cestovních kanceláří, hostinská a ubytovací činnost, přeprava osob a zboží a další činnosti, které mají za cíl uspokojení potřeb. (Synek, 2010, s. 76)

3.3.2 Podnikání právnické osoby

Právnické osoby jsou definovány Zákonem o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb. Jako obchodní korporace. V České republice existuje následující rozdělení forem podnikání právnických osob:

- Kapitálové společnosti
 - Společnost s ručením omezeným
 - Akciová společnost
- Osobní společnosti
 - Veřejná obchodní společnost
 - Komanditní společnost
- Družstva

Družstva jsou méně častou právní formou podnikatelské činnosti. Jedná se o společenství neuzavřeného počtu osob založené za účelem podnikání nebo zjišťování hospodářských, sociálních anebo jiných potřeb svých členů.

3.4 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán reprezentuje myšlenku a nápad týkající se činnosti, jejímž hlavním cílem je dosáhnout zisku. Představuje písemný dokument, o který je opřena realizace této myšlenky a zároveň pomáhá podnikateli definovat cíle podnikání a strategii, jak jich dosáhnout. Popisuje také vnější a vnitřní okolnosti, které souvisejí s podnikatelským záměrem. Zpracování podnikatelského plánu hraje významnou roli jak před zahájením podnikání, tak v jeho průběhu. Díky simulaci podnikání, kterou podnikatelský plán představuje je možné včas podchytit základní i méně očividné nedostatky, kterým by podnik mohl čelit, ještě před zahájením činnosti. Pomáhá zaměřit se na důležité aspekty podnikání a při zvažování větších změn a reorganizaci aktivit podniku.

Podnikatel si při sestavování plánu může ujasnit, jaké kroky musí učinit v jednotlivých oblastech, otázky týkající se oslovení zákazníků, trhu, na kterém bude nabízet své produkty, jak silná bude konkurence na daném trhu a jak se od ní odlišit, organizační struktury v rámci podniku a v dalších několika oblastech podnikatelské činnosti. Podnikatel může využít podnikatelský plán také jako nástroj kontroly, zda podnik dosáhl svých cílů nebo jako podklad pro získání zdrojů pro financování podniku.

Obsah podnikatelského plánu není nijak definován a jeho struktura je závislá na subjektivních preferencích. Každý investor či banka mají jiné nároky na jeho obsah, strukturu či rozsah. V dnešní době požadují zejména investoři podnikatelský plán zpracovaný ve formě prezentace. Banky naopak s větší pravděpodobností budou požadovat rozsáhlejší plán včetně dalších dokumentů a informací. Podnikatelský plán by měl logicky, přehledně a stručně odpovědět na otázky *kde jsme nyní, kam se chceme dostat a jak se tam chceme dostat*. (Veber, Srpová a kol., 2012, s.95-96)

3.4.1 Struktura podnikatelského plánu

V praxi se můžeme setkat s různými strukturami podnikatelského plánu. Neexistuje žádná závazná verze, na jejímž základě by měl podnikatel sestavit svůj podnikatelský projekt. Každý plán se liší účelem, pro který se podnikatelský plán sestavuje. Podnikatel si může pro svoji potřebu strukturu upravovat dle vlastních potřeb.

V praktické části práce bude podnikatelský projekt strukturován dle následujících hlavních bodů:

1. Titulní list
2. Úvod, účel a pozice dokumentu
3. Shrnutí
4. Charakteristika podniku a vlastníka
5. Personální zabezpečení
6. Situační analýza
7. Marketing
8. Finanční plán
9. Hodnocení rizik
10. Vyhodnocení projektu

3.5 Situační analýza

Prostředí podniku představuje důležitý faktor pro klíčová rozhodnutí podnikatele a jeho činnost. Aby mohl být podnik považován za úspěšný, je důležité tyto vnitřní a vnější vlivy analyzovat nejen na samém začátku projektu, ale i v průběhu podnikání. Na základě analýz může podnikatel přizpůsobit své chování či působení a tím dosáhnout lepších výsledků na trhu.

V rané fázi nového podnikatelského projektu je obzvláště důležité analyzovat informace týkající se současné situace na trhu, kde hodlá podnikatel provádět svou činnost, analyzovat konkurenci, které bude čelit, a brát v potaz další faktory, které mohou mít klíčový vliv na jeho činnost. Nezbytné je taktéž reálně nahlížet na svá omezení a možnosti. Strategická analýza je vhodným nástrojem, která identifikuje faktory externího a interního prostředí podniku.

3.5.1 Externí analýza

Hlavním cílem externí analýzy je zmapovat okolí podniku. Jedná se o nástroj umožňující identifikovat hrozby a příležitosti. V rámci externí analýzy se zkoumá makrookolí a mikrookolí firmy.

Na podnik působí různorodé faktory z prostředí celé ekonomiky, jak už národní, tak evropské či světové. Úkolem analýzy makrookolí je zkoumat účinky změn těchto faktorů na podnik. (Srpková, 2011, s.164)

Analýza makrookolí se zaměřuje zejména na:

- makroekonomické prostředí
- technologické okolí
- sociální prostředí
- demografické prostředí
- politické a legislativní prostředí
- světové okolí

Makroekonomické prostředí

Makroekonomické prostředí se hodnotí pomocí makroekonomických indikátorů. Mezi nejvýznamnější se řadí míra ekonomického růstu. Při poklesu tohoto ukazatele může dojít ke snížení spotřeby a k hrozbě nižších zisků. Tím představuje významnou hrozbu pro podnik. Dalším důležitým indikátorem je úroková míra. Pokud úroková míra roste, opět to představuje hrozbu pro podnikání, neboť významně ovlivňuje kapitálové náklady. Pro firmy se zaměřením na zahraniční obchod je klíčovým indikátorem směnný kurz. V případě, že kurz koruny vůči vybrané zahraniční měně slábne, omezuje se tím hrozba zahraniční konkurence a roste příležitost prodeje v zahraničí. Míra inflace má také významný vliv na návratnost investic. Podnikatel může vlivem růstu cenové hladiny přijít o část výtěžku z investic provedených v minulých letech. (Srpková, 2011, s.164)

Technologické okolí

Po celém světě probíhají významné technologické pokroky, nové objevy a nezastavitelný technický vývoj. Pokud podnik tyto změny nesleduje, může to pro něj představovat hrozbu. Toto ovšem neplatí ve všech odvětvích. Existují obory, kde je technologický pokrok zanedbatelná veličina. Jedná se o odvětví související například s tradiční výrobou, kde může technologický pokrok naopak znamenat zhoršení kvality výrobků. (Srpová, 2011, s.164)

Sociální prostředí

Mezi další důležitou oblast, která ovlivňuje okolí podniku, patří sociální prostředí. Řadí se sem zejména změny spotřebitelského chování zákazníků v důsledku změny v jejich sociálním chování. Lidé během svého života mění životní styl, mohou klást větší důraz na svoje zdraví či měnit preference na své volnočasové aktivity. Všechny tyto změny ovlivňují, za co budou utrácet své finanční prostředky. V posledních letech je po celém světě velmi diskutovaným tématem životní prostředí a jaké negativní vlivy má činnost člověka na naši planetu. Značná skupina lidí na světě již při svém spotřebitelském rozhodování bere v úvahu právě i ekologickou stránku podniku. (Srpová, 2011, s.164)

Demografické prostředí

Demografické prostředí ovlivňuje populační struktura, stupeň vzdělání, stárnutí populace, výkyvy v počtech narozených dětí a další demografické jevy. Nejvíce tyto změny ovlivňují soukromé podnikatelské subjekty poskytující například lázeňské služby, domovy pro seniory, soukromé školky a školy, ale i farmaceutický průmysl. (Srpová, 2011, s.165)

Politické a legislativní prostředí

Významná politická a legislativní rozhodnutí mohou značně ovlivňovat všechna odvětví podnikání a podnikatelský sektor. Do kategorie politického prostředí lze zařadit i politickou stabilitu. Legislativní prostředí určují zejména legislativní omezení a regulace ze strany státu či EU. (Srpová, 2011, s.165)

Světové okolí

Rozvoj globalizace nepochybně ovlivňuje veškeré podnikání, ať už firma působí na lokálních či světových trzích. Dříve se sledoval vývoj tzv. asijských tygrů, v současnosti jsou v hledáčku sledování země skupiny BRICSI (Brazílie, Rusko, Indie, Čína, Jihoafrická republika a Indonésie) jako země s nejvyšším potenciálem růstu. Nelze pomíjet potenciální hrozby válek, terorismu či epidemií, které nutí mnohé firmy uvažovat o preventivních opatřeních, a snižovat tak rizika důsledků. (Srpková, 2011, s.165)

Předmětem analýzy mikrookolí je odvětví, ve kterém firma působí. V rámci analýzy je třeba se zaměřit na následující hlediska:

- struktura odvětví
- trendy v odvětví
- míra ziskovosti dosahovaná v odvětví
- klíčové faktory způsobující změny v odvětví
- míra ziskovosti v odvětví

Pro analýzu mikroprostředí můžeme využít Porterův model pěti sil. Jedná se o síly, které působí na podnik a představují možné příležitosti či hrozby. (Srpková, 2011, s.166)

3.5.2 Porterova analýza pěti sil

Michael Porter identifikoval síly působící na firmu a představující možné hrozby nebo příležitosti. Tyto síly mohou působit souběžně, může však působit také jen některá z nich. Intenzita a směr působení těchto faktorů může ovlivnit podnikatelskou činnost. Tito činitelé jsou identifikováni následovně (Grasseová, 2010, s. 191-193):

Hrozba silné rivalry

Odvětví není podnikatelsky atraktivní, pokud na něm působí vysoké množství silných konkurentů. Podnik má konkurenční výhodu, je-li schopen dodávat výrobek či službu přibližně stejné kvality jako jeho konkurence, s nižšími náklady nebo v případě, že nabízí kvalitnější produkt než konkurence.

Hrozba vstupu nových konkurentů

Ohrožení ze strany nových konkurentů závisí především na vstupních bariérách do daného odvětví podnikání. Nové podniky lákají především ta odvětví, která se vyznačují

vysokou ziskovostí. Existují však další specifické vstupní bariéry, které vstup nových podniků omezují. Řadí se mezi ně například legislativní regulace, know-how, ekonomické limity, patenty a další faktory.

Hrozba nahraditelnosti výrobků

Pojem substitut značí produkty, které mohou sloužit obdobnému nebo zcela stejnému účelu jako produkty z daného odvětví. Odvětví je pro podnik neatraktivní v případě, že existuje reálná nebo potenciální hrozba zastupitelnosti výrobků. Substituty limitují potenciální ceny a zisk na trhu. Podnik se pak musí zaměřit na sledování vývoje cen u substitutů a přizpůsobit jim svou cenovou politiku.

Hrozba rostoucí vyjednávací síly zákazníků

Trh není přitažlivý, jestliže zákazníci mají vysoký vliv při vyjednávání. V tomto případě se zákazníci snaží snižovat ceny a zároveň vyžadují kvalitnější produkt a mezi sebou porovnávají konkurenty na trhu, čímž se snižuje zisk prodávajícího. Síla zákazníků se zvyšuje.

Vyjednávací síla dodavatelů

Dodavatelé mají vysokou vyjednávací sílu obzvlášť v případě, že jich je na trhu menší množství a změna dodavatele by tedy pro podnik znamenala vyšší náklady. Nejvyšší úroveň vyjednávací síly dodavatelů by odpovídala situace, kdy by podnik bez jejich produktů byl nucen zastavit vlastní produkci.

3.5.3 SWOT analýza

Mezi základní metody využívané pro zmapování vnitřního prostředí podniku se řadí SWOT analýza. Umožňuje určit silné a slabé stránky podniku a determinuje příležitosti a hrozby. Zkratka „SWOT“ pochází z počátečních písmen anglických slov *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* a *threats*. Zkoumá vzájemné vztahy výsledků externí a interní analýz. Štědroň doporučuje zachovat objektivitu a držet se pouze podstatných faktorů a faktů pro správné vyhodnocení výsledků. V současné dynamické době je žádoucí vypracovat SWOT analýzu opakovaně, aby reflektovala současnou situaci a zároveň poskytla relevantní podklady pro navazující opatření. (Štědroň, 2018, s. 21-22)

Silné a slabé stránky posuzujeme vzhledem ke konkurenci. Podnik zvyšuje naději na odhalení potenciálních výhod či nevýhod současného počínání, neustálým porovnáváním svých výrobků či služeb, jejich cen, intenzity i způsobu propagace s konkurenčními produkty a marketingovou taktikou. Silnou stránkou podniku je to, co dělá firma lépe než konkurence. V opačném případě, tedy pokud konkurence v některé oblasti lepší, se jedná o slabou stránku. Důležité je zvážit, jak je firma vnímána zaměstnanci a zákazníky, případně konkurence na trhu (Čadil, 2013).

Postupem času se mohou hrozby i příležitosti měnit, a proto je třeba je pravidelně sledovat. Důkladná znalost vnějšího prostředí umožňuje rozvoj firmy. Příležitosti a hrozby nelze nikdy zcela maximalizovat, respektive minimalizovat, lze však zvýšit či snížit jejich vliv na podnik. (Čadil, 2013)

3.6 Marketing

Kotler definuje marketing jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím jednotlivci a skupiny uspokojují své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot. (Kotler, 2004, s. 35) Služby v pohostinství a gastronomii mají velice specifickou povahu a v jistém ohledu se liší od ostatních služeb. Z marketingového hlediska by měla znalost specifických zvláštností služeb klíčový význam pro řízení podniku v tomto oboru.

Po vyhodnocení informací získaných analýzou trhu, podnikatel zvolí vhodnou strategii k naplnění cílů podniku. Tato část podnikatelského plánu se zabývá zvolením vhodné cenové politiky, distribučních cest a propagace produktu a jeho zavedením na trh. Marketingová koncepce je pro investory jedním z důležitých bodů podnikatelského plánu, protože se od ní odvíjí budoucí úspěch podnikání (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007, s. 44).

Marketingový mix (také 4P) vytváří strategickou pozici produktu na trhu pomocí 4 základních marketingových nástrojů (Jakubíková, 2013, s.23):

- product (produkt)
- price (cena)
- placement (distribuce)
- promotion (marketingová komunikace)

Můžeme se také setkat s rozšířením marketingového mixu o páté P, které zastupuje *people*, tedy lidi, a to jak zaměstnance, tak i zákazníky. Všechny části marketingového mixu jsou využívány k vytvoření postavení produktu na trhu. Vhodně nastavený marketingový mix je základem pro úspěšný vstup na trhu, setrvání na trhu a dosažení požadovaných marketingových cílů. (Jakubíková, 2013, s.23)

3.6.1 Produkt

Za produkt je považováno vše, co je možné nabídnout na trhu k upoutání pozornosti, ke spotřebě nebo ke koupi a k uspokojování přání a potřeb zákazníků. V případě pohostinství je jako produkt definována stravovací služba.

Základními složkami produktu v gastronomii jsou:

- pokrmy a nápoje
- služby
- atmosféra
- image podniku

Důležitým aspektem u pokrmů a nápojů je jakost surovin, ze kterých jsou výrobky vyráběné. Při výrobě je dále nutné dodržovat správný technologický postup a správnou míru či váhu výrobku. Zákazník zejména hodnotí, jak je obsluha podniku rychlá a zdvořilá nebo jak široký je sortiment nabízených jídel a nápojů. Atmosféru vytváří celkové vybavení, zařízení a povaha provozovny, čistota prostředí, ochota a zdvořilost personálu a také klientela provozovny. Image podniku na druhou stranu vytváří celkový dojem či komplexní obraz produktů a služeb v očích zákazníka, na jejímž základě zákazník očekává určité užité vlastnosti produktu.

Každý výrobek či služba prochází čtyřmi fázemi životního cyklu, které představují jejich postavení na trhu. Těmito fázemi jsou uvedení na trh, růst, zralost a úpadek. Klíčovou vlastností produktu či služby pro podnik je jeho jedinečnost, která představuje významnou konkurenční výhodu (Svobodová, 2017, s.76)

3.6.2 Cena

Ceny jsou pružným nástrojem marketingu, který je pro společnost jediným zdrojem příjmů, představují tak záležitost, které je nutné věnovat zvýšenou pozornost a její tvorbu nelze podcenit. Správné určení ceny determinuje přesnější odhad tržeb a následnou ziskovost. V rámci tvorby ceny je důležité definovat pojem marže. Marže je rozdíl mezi prodejní a nákupní cenou. Marže však nezohledňuje fixní náklady, proto se používá krycí příspěvek na úhradu fixních nákladů a zisku. Krycí příspěvek se vypočítá jako rozdíl mezi cenou a variabilními náklady. (Svobodová, Antera, 2017, s.94)

Podle Foreta můžeme určit cenu dle 3 metod (Foret, 2011, s. 29)

- nákladově orientovaná cena
- konkurenčně orientovaná cena
- cena orientovaná na zákazníka (poptávková)

Nejpracnější, ale zároveň nejrealističtější je nákladový způsob stanovení ceny. Smyslem je zahrnout veškeré náklady spolu s marží do konečné ceny. Je třeba se jen rozhodnout, k jaké jednotce budeme cenu vztahovat – nejčastěji je to k produktu nebo skupině produktů, může to být i časová jednotka (například hodina). Některé náklady jsou však velmi vysoké, například pořizovací nebo investiční náklady a není možné je přímo zařadit do konečné ceny. Jedná se zároveň o způsob tvorby ceny, které je nejspravedlivější k zákazníkovi. (Svobodová, Antera, 2017, s.94)

V rámci konkurenčně orientované tvorby ceny se konečná cena odvozuje od konkurenčního produktu. Nejčastěji se tato metoda využívá při vstupu na trh, kde je vyšší rivalita podobně silných konkurentů. Nově příchozí podnik často stanoví ceny nižší, než má konkurenční výrobek, jako nástroj pro boj s konkurencí.

Tento způsob stanovení ceny je nejjednodušší a zároveň poskytuje určitou míru konkurenceschopnosti. Nevýhodou této metody může být fakt, že cena stanovená na základě konkurence nemusí přinášet dlouhodobě požadované zisky. Konkurence totiž může mít jinou marži, levný kapitál, výhodné nájemné a další výhody, kterým přizpůsobila cenu svého produktu. (Svobodová, Antera, 2017, s.94)

Posledním způsobem tvorby ceny je poptávková tvorba ceny, tedy zákaznický způsob tvorby ceny. V tomto případě je základem ceny poptávka po produktu a jeho zákazníkem vnímaná hodnota. Nejčastěji se používá u unikátních produktů, které na trhu zatím nejsou nebo mají jinou přidanou hodnotu než stávající produkty. Záleží tedy na cenové elasticitě poptávky, jakou cenu zákazník očekává a bude ochoten zaplatit. (Svobodová, Antera, 2017, s.94)

3.6.3 Distribuce

Smyslem distribuce je přemístit výrobek z místa výroby na místo, kde ho bude mít zákazník k dispozici ke koupi, ideálně tedy dodat správné zboží na správné místo, ve správný čas. Z obecného hlediska je možné distribuci rozdělit na přímou a nepřímou. U přímé distribuce výrobce dodává zboží nebo službu přímo konečnému zákazníkovi. Nepřímá distribuce využívá pro dodání zboží konečnému zákazníkovi zprostředkovatele nebo prodejní agenty. (Foret, 2011, s. 40)

3.6.4 Marketingová komunikace

Komunikace je nejviditelnější složkou marketingového mixu. Za pomoci zvolené komunikační politiky se podnik snaží stimulovat poptávku k samotnému nákupu a tím plnit své ekonomické cíle. V rámci marketingové komunikace plní i cíle informační skrze poskytování informací o existenci produktu, jeho vlastnostech, kvalitě a způsobu užití. Plní také emocionální cíle, tj. vytvářet u spotřebitelů pozitivní postoj a preference k danému produktu.

K naplnění těchto cílů využívá podnik jednotlivé složky komunikačního mixu, mezi které patří (Srpková, 2011, s.26):

- reklama
- podpora prodeje
- public relations
- osobní prodej
- přímý marketing

Významným nástrojem propagace je reklama, která představuje placenou neosobní formu komunikace prostřednictvím různých médií, především hromadného působení. Musíme si uvědomit, že nákladově nejvýhodnější bývá reklama tam, kde je potřebné rychle oslovit širokou skupinu spotřebitelů. Nevýhodou reklamy je jednosměrnost komunikace, čímž klesá její naléhavost a přesvědčivost. (Srpková, 2011, s.26)

Podporu prodeje může podnik realizovat jak u konečných spotřebitelů, tak i u obchodních zprostředkovatelů. Formami podpory prodeje orientovanými na konečného spotřebitele jsou například cenová zvýhodnění, kupónový prodej, poskytování vzorků zdarma, věrnostní programy, spotřebitelské soutěže apod. Mezi nástroje podpory prodeje orientované na obchodní zprostředkovatele můžeme zařadit slevy z katalogových cen, příplatky za reklamu, umístění propagačního materiálu v prodejně, vybavení prodejny, prodejní soutěže pro obchodní partnery, dárkové propagační předměty či školení personálu. (Srpková, 2011, s.26)

Osobní prodej je pokládán za možnou nejefektivnější formu komunikace, ale zároveň jde o finančně nejnáročnější způsob. Definuje se získáváním zákazníka formou přímého dialogu mezi nabízejícím a kupujícím. Prodejci je tak umožněno bezprostředně sledovat reakce spotřebitele, jeho potřeby a vlastnosti a okamžitě na ně reagovat a přizpůsobovat se jim. Využívá se zejména při prodeji firmám a při prodeji složitějších, rizikovějších či finančně náročnějších produktů. Do osobního prodeje můžeme zařadit obchodní setkání, veletrhy, výstavy, poradenství při prodeji či neformální setkání za účelem prodeje. (Srpková, 2011, s.27)

3.7 Finanční plán

Podnikatel musí mít představu, kolik peněz bude na jeho podnikání zapotřebí a také mít potřebné finanční prostředky k dispozici nebo najít vyhovující a bezpečný způsob, jak je obstarat. Finanční plán pomůže získat podnikateli získat reálnou perspektivu nad tím, zda je plán realizovatelný a vyplatí se jej uskutečnit.

Finanční plán podnikatelského projektu by měl obsahovat zakladatelský kapitál, tedy sumu, která je zapotřebí na založení firmy a předpokládané výsledky hospodaření po zahájení činnosti. Finanční plán je vhodný i pro samotný průběh podnikání, nikoli jen jeho počátek. Důležité je plán sledovat, vyhodnocovat jeho plnění a také jej průběžně aktualizovat.

Pro eliminaci rizik a hrozeb se doporučuje vytvářet plán s různými scénáři, konkrétně pesimistický, realistický a optimistický. Realistický scénář odpovídá současné situaci podniku a nejlépe by měl odrážet skutečnost. U pesimistického scénáře se předpokládá nižší poptávka po službách či produktu, vyšší náklady a nižší ceny. Dolní hranicí pro pesimistický scénář je úroveň nákladů na úrovni bodu zvratu. Při optimistickém scénáři se bere v úvahu vyšší poptávka, lepší ceny, případě i nižší náklady. (Svobodová, Antera, 2017, s.101)

V praktické části práce bude finanční plán v jednotlivých scénářích pracovat pouze se změnou hladiny poptávky po službách. Bude tedy předpokládat, že náklady i ceny zůstanou nezměněny případnými vnějšími či vnitřními faktory a budou stálé ve všech 3 scénářích. Lišit se budou pouze náklady na spotřebu zboží a materiálu vlivem objemu prodeje.

3.7.1 Zakladatelský rozpočet

Aby podnik zjistil, kolik potřebuje pro začátek podnikání finančních zdrojů, musí sestavit přehled počátečních výdajů a výdajů pro první období podnikání. Řadí se sem investiční výdaje, mezi které řadíme například nákup firemního vozidla a s ním spojené fixní náklady (povinné ručení, havarijní pojištění, silniční daň, dálniční známka), nákup nebo pronájem nemovitosti, nákup či leasing strojů a zařízení a další nezbytné výdaje na počátku podnikání. Také je důležité počítat s počátečními provozními výdaji, které jsou nezbytné pro první období podnikání. Jako první období podnikání může považovat podnikatel 1 měsíc, ale i delší časový horizont, dokud nezačne mít stabilnější příjem. O délce časového období rozhoduje podnikatelův odhad poptávky, předmět podnikání a také jeho postoj k riziku. (Svobodová, Antera, 2017, s.96)

3.7.2 Cash flow

Výkaz cash flow je velmi užitečný účetní dokument, který podnikateli umožní pohled na příjmy a výdaje podniku. Cash flow se sestavuje v rámci prvního roku podnikání pro každý měsíc, aby byl očividný postupný růst příjmů a také byla zaznamenána případná sezónnost, která může způsobit pokles či naopak nárůst příjmů při zachování úrovně režijních výdajů. Pro další období stačí provádět cash flow již jen ke konci období, v praxi se většinou sestavuje ke konci kalendářního roku. (Svobodová, Antera, 2017, s.97)

3.7.3 Výkaz zisku a ztráty

Výkaz zisku a ztráty, nebo také výsledovka, rozvádí výsledek hospodaření uvedený v rozvaze, který představuje rozdíl mezi náklady a výnosy. Jsou-li výnosy vyšší než náklady, pak hovoříme o zisku. V opačném případě, tedy převyšují-li náklady výnosy, podnik je ve ztrátě. Ekonomická teorie definuje náklady podniku jako souhrnné vyjádření peněžní hodnoty spotřebovaných vstupních zdrojů včetně dalších nezbytných nákladů souvisejících s činností podniku během určitého období. Snižováním nákladů zvyšuje podnik svoji konkurenční výhodu, což přináší vyšší zisk. Z tohoto důvodu je pro podnik velice důležité systematicky řídit své náklady, a to jak jejich výši, tak i jejich strukturu. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007, s.216).

Výnosy pro podnik představují přírůstek zdrojů, které získal svojí činností za určité období, a to i v případě, že platby za dodané výrobky nebo služby nebyly zatím uhrazeny. Hlavní výnosy u výrobního podniku představují tržby z prodeje vlastních výrobků a služeb, u obchodního podniku se jedná o tržby z prodeje zboží. Výsledovka informuje, zda podnik vytváří dostatečný objem zisku. Sestavuje se zpravidla ke konci období a neobsahuje tak podrobná data jako výkaz cash flow. (Svobodová, Antera, 2017, s.98)

3.7.4 Rozvaha

Prostřednictvím rozvahy podniku je možné získat základní informace o vývoji majetku a vlastního kapitálu podniku. Celkově slouží pro posouzení majetkové a finanční situace podniku. V bilanci jsou uvedeny veškeré majetkové náležitosti na straně tzv. aktiv a dále stav finančních prostředků (vlastní a cizí zdroje) na straně pasív. Aktiva i pasiva si musí být z hlediska hodnoty vždy rovna. Na straně aktiv se uvádí, co podnik vlastní, zatímco na straně pasív jsou jeho dluhy. Kromě závazků se na straně pasív uvádí také vlastní kapitál. Bilanční princip umožňuje zachytit majetek podniku a současně i zdroj, ze kterého byl tento majetek financován. (Sedláček, 2005, s. 56-57)

Podle časového okamžiku, ke kterému se bilance provádí, rozeznáváme rozvahu:

- zahajovací – sestavuje se při vzniku podniku,
- počáteční – sestavuje se na počátku nového účetního období,
- konečnou – sestavuje se k poslednímu dni každého účetního období a při ukončení činnosti podniku,
- mimořádnou – sestavuje se v průběhu účetního období, nepravidelně, při takových situacích, které se běžně v hospodářském životě podniků nevyskytují. (Sedláček, 2005, s. 56-57)

3.7.5 Zdroje financování

Důležitou součástí každého finančního plánu v podnikatelském projektu je analýza dostupných zdrojů financování podnikatelské činnosti, ke které patří i doba splácení cizích finančních prostředků či další podmínky realizace projektu.

V praxi bývají často v počátcích podnikání použity osobní zdroje financování. Těmito prostředky jsou myšleny zejména našetřené peněžní prostředky investora, jeho rodiny nebo známých. Pokud již má podnikatel prosperující podnikání, které chce dále rozvíjet, může využít firemní kapitál (vlastní zdroje). Ne vždy však podnikatel disponuje vlastními finančními zdroji, a využije tak možnost financování prostřednictvím externích zdrojů, tzv. cizím kapitálem. (Fotr, 2011, s. 44)

3.7.6 Externí zdroje financování

Začátky podnikání nezávisle na oboru jsou doprovázeny vysokými investicemi a počátečními náklady, proto jsou často začínající podnikatelé závislí na externích zdrojích financování jejich projektu. Cizí kapitál na jednu stranu přináší rychlejší tvorbu podnikového kapitálu, na druhé straně však s sebou přináší i rozšiřující se počet společníků či věřitelů, kteří pak mají určitý vliv na podniková rozhodnutí. Také se zvyšuje důraz na udržování likvidity a solventnosti podniku.

Vklad podnikatele

Vklad podnikatele zajišťuje základní kapitál firmy a odvíjí se od finančních možností samotného podnikatele či jeho rodinných příslušníků a známých. Tento kapitál je možné přijmout i od tichého společníka, který většinou vystupuje jako věřitel, který očekává zhodnocení vloženého kapitálu, protože na základě smlouvy o tichém společenství je podnikatel povinen vyplácet tichému společníkovi část čistého zisku, který je závislý na jeho podílu. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007; Srpová, 2011)

Úvěr

Poskytovatelem bankovních úvěrů jsou komerční banky. Banky jsou však při poskytování úvěrů velice obezřetné a tak, zvláště pak pro malé a střední podniky, je velice těžké úvěr, zejména ty dlouhodobé a střednědobé získat. Nejvýznamnějším kritériem je posuzování solventnosti žadatele. Základním dokumentem žadatele o úvěr je obvykle podnikatelský záměr. (Srpová, 2011, s.147)

Crowdfunding

Crowdfunding se stal v posledních letech stále se rozšiřujícím způsobem financování jak podnikatelských nápadů, tak i jiných snů či myšlenek. Jeho podstata stojí na větším počtu jednotlivců, kteří menším či vyšším obnosem přispívají k dosažení předem stanovené cílové částky. Lze jím financovat v podstatě cokoli, avšak největší úspěchy mají zajímavé a netradiční nápady a projekty. Důležitou roli hraje důkladná příprava projektu a jeho způsob prezentace na crowdfundingových portálech. Žadatel tímto způsobem získá i zpětnou vazbu od veřejnosti. Další z výhod je získání pozornosti a povědomí ještě před samotným zahájením projektu. Podmínka pro získání financí, podle pravidel většiny crowdfundingových portálů, je však nutnost získat v určitém časovém horizontu celou cílovou částku, jinak žadatel nedostane ze získaných příspěvků nic. Proto je třeba řádně zvážit hodnotu cílové částky, kterou chce podnikatel v rámci crowdfundingu získat (Crowder, 2015).

Leasing

Leasing je alternativní formou koupě dlouhodobého majetku bez hrozby výrazného dlouhodobého zadlužení. Na leasing získávají firmy stále více movitého i nemovitého majetku. Firma sice bezprostředně nezíská peníze, ale obdrží požadovaný majetek, aniž by za něj musela okamžitě zaplatit plnou cenu. Každá leasingová operace má zpravidla tři základní subjekty. Těmi jsou dodavatelé, leasingová firma a nájemce. Mezi dodavatelem a leasingovou firmou se uzavírá kupní smlouva, na jejímž základě přechází předmět leasingu do vlastnictví leasingové společnosti. Mezi nájemcem a leasingovou společností se uzavírá leasingová smlouva, která upravuje vztahy po dobu nájmu a řeší otázku dalších plánů s pronajímaným předmětem po skončení nájemní smlouvy. Tehdy si může nájemce obvykle vybrat, zda předmět vrátí pronajímateli, obnoví leasingovou smlouvu za nově sjednaných podmínek nebo si daný předmět odkoupí. (Srpová, 2011, s. 149)

3.7.7 Interní zdroje financování

Interní zdroje financování vznikají na základě vlastní podnikatelské činnosti.

Financování ze zisku

Při použití vlastního zisku jako zdroje financování hovoříme o samofinancování. Jedná se totiž o vlastní interní zdroj financování. Výhodou použití vlastního zisku je to, že nevznikají náklady na cizí zdroje, nezvyšuje se objem závazků a snižuje se podstupované finanční riziko podniku souvisejícím se zadlužením. Tímto způsobem lze tedy financovat i velmi rizikové projekty, pro něž se cizí zdroje získávají obtížně. Naopak nevýhodou je to, že zisk není zcela stabilním zdrojem. Z časového pohledu jde o to, že firma musí nejdříve vytvořit zisk v dostatečném objemu a pak teprve může financovat investiční projekty (Srpková, 2011, s. 152)

Financování z odpisů

Odpisy značí peněžní vyjádření postupného opotřebení dlouhodobého majetku za určité období. Jejich hlavní funkcí je zabezpečení procesu postupného přenosu ceny daného předmětu do nákladů, čímž se postupně snižuje jeho výše a zajistí jeho obnova. Z hlediska finančního hospodaření firmy jsou odpisy stabilním vlastním interním finančním zdrojem. Částku odpisů získává firma inkasem tržeb. Podnik sám rozhoduje, zda je využije ke krytí provozních potřeb, splátkám dluhů nebo k financování dlouhodobého rozvoje. Z hlediska zdrojového jsou odpisy pro firmu výhodnější než zisk, neboť na rozdíl od zisku nepodléhají zdanění. Velikost odpisů je závislá na rozsahu investičního předmětu, jeho ocenění, odpisových sazbách a také použité metodě odpisování majetku. (Srpková, 2011, s. 152)

3.8 Hodnocení rizik

Od výše rizikovosti projektu se často odvíjí také výše zhodnocení investice, kde platí téměř přímá úměra mezi zhodnocením a rizikovostí. Rizikovost projektu je možné do jisté míry eliminovat vhodným managementem projektových rizik. Jiří Fotr (Fotr, 2011, s. 142-162) doporučuje několik vhodných postupů pro snížení rizika na přijatelnou mez. Zároveň upozorňuje, že v době příprav projektu je potřeba připravit jistý počet relevantních scénářů. Mezi nejdůležitější doporučení pro eliminaci rizik řadí identifikaci faktorů při realizaci projektu, zhodnocení a porovnání velikosti rizik s jejich přijatelností a také zvážit předběžná opatření pro eliminaci rizik.

Důležité je rozlišit pojmy riziko a nejistota, které mají odlišný charakter. Riziko je vázáno na novou aktivitu projektu a lze jej proto předvídat a včas na něj reagovat nebo se mu snažit předcházet. Nejistota naopak spočívá v neschopnosti predikce vývoje daných faktorů. Je potřeba tedy nejen pečlivě připravovat analýzu rizik jednotlivých projektů, ale také je škálovat a hodnotit. Každý podnikatelský projekt bude mít jedno riziko bez ohledu na to, v jakém oboru podniká, a tím je riziko v osobě podnikatele. Podnikatel musí brát v úvahu, co bude s jeho podnikem, pokud krátkodobě či dlouhodobě nebude moci vykonávat svoji práci, ať už z důvodu nemoci či jiné nečekané události. (Svobodová, Andera, 2017, s.102)

Přehledný obraz jednotlivých rizik a jejich charakteristik může podnikatel získat vytvořením matice rizik. Pro rozeznání rizik svého podnikání může podnikatel využít hrozby v rámci vypracované SWOT analýzy. Následně zvolí dvě různé stupnice hodnot. Jedna z nich bude vyjadřovat o jak významné riziko se jedná a druhá informuje o pravděpodobnosti s jakou dané jevy a situace mohou nastat. Při zobrazení těchto položek rizik ve formě matice, získá podnikatel přehledně informace, která rizika jsou zanedbatelná a která jsou významnou hrozbou pro jeho podnikání.

4 Podnikatelský projekt na založení kočičí kavárny



Vypracovala: Bc. Kateřina Bínová

Sídlo: Karlovo náměstí 41, Třebíč 674 01

Telefon: + 420 776 090 674

E-mail: Katerina.Binova@email.cz

Dne: 31. března 2022

Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoliv způsobem rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora.

4.1 Úvod a účel dokumentu

Předkládaný dokument obsahuje podnikatelský plán zaměřený na založení kočičí kavárny. Podnikatelský plán byl sestaven z důvodu založení nové firmy. Popisuje základní koncepci rozvoje, dlouhodobé cíle a strategii firmy na další období. V budoucnu poslouží jako nástroj ke kontrole plnění cílů a vývoje podnikání.

V dokumentu jsou obsaženy informace o unikátních nabízených službách a produktu, včetně srovnání s konkurencí. Představena je personální struktura podniku, provedená situační analýza, včetně STEP analýzy, SWOT analýzy a Porterovy analýzy pěti sil. Plán mapuje konkurenci a vyhodnotí její charakteristiky. V rámci marketingu je popsán proces tvorby cen, nabízený produkt a služby, způsob jejich distribuce a propagace podniku.

Nejdůležitější částí projektu je finanční plán, který přenese strategii a plány do čísel a ukáže jasný obraz o peněžní stránce projektu a jeho udržitelnosti. Finanční plán bude vypracován v tříletém časovém horizontu ve 3 různých variantách – reálné, optimistické a pesimistické. V rámci jednotlivých variant se bude měnit objem prodeje, který ovlivní další položky plán, a to spotřebu materiálu a zboží. V rámci finanční analýzy a analýzy hrozeb bude definována hladina rizikovosti projektu.

Autorka projektu je zároveň investorkou a jedinou majitelkou podniku, proto bude v rámci podnikatelského plánu dále označovat kavárnu jako její vlastní firmu.

4.2 Shrnutí

Kočičí kavárny mají svůj původ v Japonsku a v poslední době se stávají úspěšnými podniky po celém světě. Kočičí kavárna Lily's Café je ambiciózní projekt spojující posezení u kávy a lásku ke zvířatům. V kočičí kavárně si zákazník vychutná výbornou kávu ve společnosti volně se pohybujících koček.

Podniky vytvořené pro stravování společně se zvířaty vznikají zejména kvůli faktu, že ne každý si může dovolit mít ve své domácnosti zvíře i přes svou náklonost k těmto tvorům. Může se jednat o důvody jako přísné podmínky podnájemní smlouvy, alergie na zvířata v rodině či finanční nebo časovou indispozici.

Podnik se nachází v atraktivní lokalitě na Karlově náměstí v Třebíči, které je se svou architekturou vyhledávaným turistickým cílem. Zároveň se jedná o druhé největší náměstí v České republice s dobrou parkovací dostupností. Kavárna byla otevřena v prostorách bývalé restaurace s možností vnitřního i venkovního posezení. Z důvodu bezpečnosti koček budou mít však hosté možnost kontaktu s kočkami pouze ve vnitřní části objektu, venku nikoli. Tímto chce podnik umožnit čistě gastronomický zážitek klientele, kterou neláká kočičí aspekt podniku. Maximální kapacita vnitřních prostor může najednou usadit až 25 osob a dalších 15 ve venkovních prostorách.

V rámci tohoto projektu se podnik snaží také dát naději na lepší život zvířatům, která skončila v útulku tím, že zákazníci po opakovaném kontaktu budou mít možnost vybranou kočku adoptovat za cenu běžného adopčního poplatku, který by zaplatili v útulku. Tento poplatek je v současné době symbolických 200 Kč.

Mezi hlavní konkurenční výhody předkládaného projektu lze jmenovat zejména absenci přímé konkurence v segmentu gastronomického zážitku společně se zvířaty. Podnik bude v krátkodobém horizontu zaměřen zejména na místní klientelu, jelikož turismus obecně utrpěl velkou ránu v důsledku pandemie viru Covid-19. Jelikož se jedná o podnikání v menším městě, je důležité dopřát zákazníkům vždy prvotřídní služby a zážitek. Předkládaný projekt se momentálně nachází v prvním měsíci provozu kavárny.

4.3 Charakteristika podniku

4.3.1 Základní údaje

Kavárna chce zákazníkům nabídnout posezení u prvotřídní kávy a pokrmů v kočičí společnosti a příjemném prostředí. Provozovna se nachází v centru města Třebíče v prostorách bývalé restaurace s možností vnitřního i venkovního posezení. Kladné ohlasy se podnik bude snažit získat nejen svou atmosférou, ale i nadstandartními službami a jejich kvalitou. Pro zákazníky bude zdarma k dispozici bezdrátové připojení k internetu. Spousta lidí vnímá kavárny jako klidný prostor pro práci či studium, podnik se proto bude snažit vytvořit vhodné podmínky pro tento segment zákazníků.

Podnik má na základě sepsané smlouvy domluvenou spolupráci s městským útulkem v Třebíči a jejím prostřednictvím chce také pomoci umísťovat kočky do nových domovů. Tímto se snaží vyřešit problém malé kapacity útulku a zároveň v rámci této spolupráce si ulehčit od nezbytných nákladů za veterinární kontroly a případnou léčbu zvířat, které poskytuje veterinář, se kterým útulek spolupracuje. V rámci sjednané smlouvy se útulek stará o zdravotní stav zvířat a hradí veškeré veterinární náklady. Jakmile zaměstnanec vyzpozoruje zdravotní problémy u některého ze zvířat, kočka bude neprodleně přesunuta do útulku do karantény a útulek zajistí potřebnou veterinární péči.

Logo kavárny bylo vytvořeno tak, aby obsahovalo symbol toho, co podnik nabízí. Je vizuálně vyvážené, graficky čisté a jednoduché. Černobílý moderní design i přes svou jednoduchost zaujme a je vhodný pro potisk na zboží, které kavárna plánuje v budoucnosti nabízet k prodeji.



Obrázek 1 Logo kočičí kavárny (vlastní zpracování)

Otevírací doba provozovny bude 7 dní v týdnu, vždy v době 10:00 – 20:00 hodin, zároveň ji ale bude možné přizpůsobit návštěvnosti podniku nebo případné akci. Provozovna má rozměry 14,8 metrů na 12,1 metrů a skládá se z hlavní místnosti (placu) pro zákazníky, kuchyně, místnosti pro kočky a oddělených toalet. Na obrázcích 2 a 3 je vyobrazena vizualizace provozovny.



Obrázek 2 Vizualizace provozovny (vlastní zpracování prostřednictvím www.floorplanner.com)



Obrázek 3 Vizualizace provozovny (vlastní zpracování prostřednictvím www.floorplanner.com)

V kavárně budou stále přítomny 3 kočky, které vlastní autorka projektu. Ty jsou zvyklé na kontakt a společnost cizích lidí, proto budou vhodnými společníky pro zákazníky kočičí kavárny. V případě, že v útulku nebude k dispozici žádná kočka vhodná pro účely kavárny, ať už ze zdravotních důvodů či důvodů souvisejících s povahou zvířete, bude tak zajištěna přítomnost koček v kavárně pro naplnění očekávání zákazníků. Zákazníci budou mít na každém stole a u baru k dispozici knihu s fotografiemi koček, kde budou zároveň charakterizovány její povahové rysy, aby jim host mohl přizpůsobit své chování. Zde se bude také nacházet informace, zda je daná kočka k dispozici k adopci či nikoli.

Pro zajištění kvalitní péče o zvířata bude každému zákazníkovi k účtu automaticky přičteno 30 Kč jako „vstupné“. Jedná se o běžnou praxi, která se aplikuje v kočičích kavárnách po celém světě právě pro účely financování potřeb zvířat

4.3.2 Podnikatelský nápad a jádro podnikání

Podnikatelský nápad vznikl díky kočce jménem Lily, která byla mnou, jako autorkou projektu, adoptovaná právě z třebíčského útulku. Lily získala v létě roku 2021 druhou šanci na lepší život, když se dostala do milujícího domova s dalšími čtyřnohými přáteli. Po pár měsících štěstí a radosti znenadání zemřela na infekční peritonitidu. Třebíčský útulek celou svou existenci bojuje s nedostatečnou kapacitou pro kočky a často informuje prostřednictvím svých Facebookových stránek o neschopnosti přijímat do své péče další kočičí nalezenky. V rámci kapacitní pomoci a snahu o rychlejší a frekventovanější adopci koček se zrodil podnikatelský nápad na založení umístovací kočičí kavárny, která bude přímo spolupracovat s lokálním útulkem.

Náplní projektu bude poskytování kavárenských služeb ve společnosti volně se pohybující koček v příjemném domácím prostředí. Zákazníkům budou nabízeny kvalitní produkty a otevře se jim nové místo pro relaxaci. Projekt je založen na souznění člověka se zvířaty a nabízí obyvatelům Třebíče i jeho okolí nevšední zážitek. Pro potencionální zákazníky, kteří nehodlají kavárnu navštívit kvůli kočičímu aspektu, je nabídnuto za dobrého počasí také venkovní posezení, kam mají kočky přístup odepřen. Personál kavárny rád seznámí zákazníky s jednotlivými kočkami i jejich příběhem. Většina koček bude k dispozici k adopci v rámci spolupráce s městským útulkem pro opuštěná zvířata.

Případný zájemce o adopci bude mít možnost strávit s kočkou čas ve společnosti, pozorovat, jak se chová k cizím lidem a ostatním kočkám a může tak zjistit, zda je právě daná kočka vhodným společníkem pro jeho každodenní život. Cílem projektu je tedy kromě vytváření zisku také pomoc zvířatům v nesnázích.

4.3.3 Podnikatelská příležitost

Podnikatelskou příležitostí předkládaného projektu byla především absence obdobného zařízení ve městě či okrese Třebíč. Realizace projektu povede ke zvýšení rozmanitosti podniků v lokalitě a rozšíření nabídky gastronomických zážitků. Stále se jedná o netypické gastronomické zařízení, které má potenciál zaujmout i nelokální klientelu. Spolupráce s městským útlukem pro opuštěná zvířata může nabídnout podniku propagaci prostřednictvím města Třebíč z níž může vyplynout vysoký zájem ze strany obyvatel města. V bezprostředním okolí provozovny se nachází několik základních škol a školek, které by v dohledné budoucnosti mohly tvořit cílovou klientelu a pro něž kavárna plánuje pořádat pravidelné doprovodné programy zaměřené na zvířata, životní prostředí a jejich ochranu.

4.3.4 Definování cílů podniku

Primárním cílem kavárny je maximalizace tržní hodnoty, čehož chce podnik dosáhnout postupným plněním dílčích cílů, mezi které patří dostat se do povědomí zákazníků. Dalším dílčím cílem je generování kladného hospodářského výsledku nejpozději rok od zahájení podnikání. Výše generovaného zisku by měla být dostačující k pokrytí potřeb autorky projektu, ale měl by zároveň vyvážit riziko, které autorka provozováním podnikání podstupuje a vytvořit dostatečnou rezervu.

Dalším cílem je vytvořit si během prvního roku alespoň 50 pravidelných zákazníků. V budoucnu by podnik měl prodávat i produkty související s kavářenskou tematikou, ekologií nebo péčí o kočky. Konkrétně by se jednalo o látkové tašky a hrnky s logem kavárny, kvalitní kočičí krmivo nebo také hračky. Pokud bude projekt úspěšný a prosperující, kavárna by měla prostředky na vytvoření nové pracovní pozice a možnost začít připravovat domácí občerstvení a rozšířit tak nabídku sortimentu.

4.3.5 Právní úpravy podnikání v gastronomii

Provoz kavárny, stejně jako všech restauračních zařízení, je vedle zákonů, které se obecně týkají podnikání, také vázán vyhláškami, zákony a dalšími právními předpisy Státní zemědělské a potravinářské inspekce. Mezi ně se řadí následující právní předpisy:

- zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích,
- zákon č. 262/2006 Sb., zákoníkem práce,
- zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon,
- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele,
- zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů,
- zákon č. 280/2009 Sb., daňový řád,
- zákon č. 309/2006 Sb., o bezpečnosti a ochraně zdraví při práci,
- zákon č. 133/1985 Sb., o požární ochraně,
- zákon č. 505/1990 Sb., o metrologii,
- zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví,
- zákon č. 110/97 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích,
- vyhláška č. 137/2004 Sb., o hygienických požadavcích na stravovací služby,
- nařízení EU č. 852/2004, o hygieně potravin.

Pro založení kavárny je třeba splňovat důležité zásady provozní hygieny. Jedná se o kritéria, která se vztahují zejména na podmínky zásobování pitnou vodou, napojení na kanalizaci, vytápění, osvětlení nebo hygienická zařízení jak pro zákazníky, tak i zaměstnance a v našem případě i zvířata.

Jelikož v prostorách kavárny byla donedávna provozována restaurace, která musela tyto podmínky pro svůj provoz splňovat, nebylo zapotřebí dělat jakékoli zásadní stavební úpravy pro splnění základních hygienických podmínek.

Kvůli kočičímu aspektu podniku, bylo nutné ověřit si dodatečné hygienické a další podmínky pro provoz podniku. Evropská unie a Ministerstvo zdravotnictví ČR stanovují pravidla pro provoz podniků specializující se na společné stravování se zvířaty.

Zvířata musí být zdravá a očkováná a nesmí se pohybovat v oblasti, kde jsou připravovány pokrmy a nápoje. Jídla zároveň musí být uskladňována pod poklapy. Kočky tedy mají limitovaný plac pohybu a musí jim být znemožněno dostat se za bar a do kuchyně. Musí mít také vyčleněnou vlastní místnost o adekvátní velikosti k počtu koček, kam jim musí být neustále umožněn vstup. Do této místnosti jsou kočky umístěny po provozní době a slouží jim jako stálý příbytek. Další podmínkou je možnost karantény v případě, že některé ze zvířat onemocní, a také mít vyhrazený prostor pro skladování krmiva pro kočky. (MZČR, 2016)

4.3.6 Živnostenské oprávnění

Prvním krokem pro zahájení podnikání s kavárnou bylo obstarání živnostenského listu na provozování hostinské činnosti pro živnost řemeslnou, který jsem si jako autorka projektu obstarala na živnostenském úřadě. Kromě všeobecných podmínek, mezi které patří plnoletost, způsobilost k právním úkonům a trestní bezúhonnost, musí podnikatel také splňovat požadavky na odbornou způsobilost. Mezi tyto požadavky patří vzdělání v oboru nebo praxe v oboru minimálně po dobu 6 let.

Jelikož nedisponuji příslušným vzděláním v oboru a ač v něm mám praxi, tak nespĺňuje její minimální dobu. Pro splnění podmínek na odbornou způsobilost jsem absolvovala rekvalifikační kurz Barista s akreditací MŠMT.

O živnostenské oprávnění jsem zažádala vyplněním a podáním jednotného registračního formuláře na místním živnostenském úřadě. Vyřízení živnostenského listu stálo 1 000 Kč, neboť se jedná o mou první živnost. Následně jsem obdržela výpis z živnostenského rejstříku a bylo mi přiděleno IČO.

Vyplněním a podáním jednotného registračního formuláře při žádosti o živnostenské oprávnění proběhla zároveň registrace začínajícího podnikatele jako OSVČ na okresní správě sociálního zabezpečení (OSSZ) a zdravotní pojišťovně.

Minimální výše záloh pro platbu sociálního a zdravotního pojištění je stanovena zákonem. Celková výše těchto záloh se po prvním roce podnikání počítá na základě výdělků přiznaných v daňovém přiznání za předchozí rok. V závislosti na jeho výši je pak vyrovnán případný nedoplatek či přeplatek.

Pro rok 2022 jsou minimální měsíční zálohy na sociální pojištění v rámci hlavní činnosti v hodnotě 2 841 Kč a minimální záloha na zdravotní pojištění je 2 627 Kč.

4.4 Personální zajištění

Autorkou a zároveň klíčovou osobností předloženého projektu je má vlastní osoba, slečna Kateřina Bínová, studentka kombinovaného magisterského studia na České zemědělské univerzitě v Praze. V rámci středoškolského studia cestovního ruchu na Hotelové škole Třebíč jsem byla částečně vystavena prvkům studia hotelnictví i gastronomie. Po maturitě následovalo bakalářské studium na Vysoké škole ekonomické v Praze, kde jsem získala nové znalosti i v oblasti podnikání.

4.4.1 Základní údaje o investorce

Titul, jméno, příjmení: Bc. Kateřina Bínová

Adresa: Obránců míru 489, Třebíč 674 01

Vzdělání:

- Střední škola: Hotelová škola Třebíč – obor cestovní ruch
- Vysoká škola (Bc.): Vysoká škola ekonomická v Praze – obor demografie
- Vysoká škola (Ing.): Česká zemědělská univerzita v Praze – obor ekonomika a řízení (studium stále probíhá)

Profesní zkušenosti: Práce v restauračním provozu na německém ostrově Wangerooge, administrativní práce a účetní v DHL Automotive, rekvalifikační kurz Barista s akreditací MŠMT

Autorka je od roku 2021 vlastníkem živnostenského listu k provozování hostinské činnosti a je zodpovědnou osobou za realizaci celého předloženého projektu.

4.4.2 Organizační struktura

Personální struktura projektu je velmi jednoduchá. K zajištění chodu projektu bude minimálně ze začátku podnikání postačující dobře sehraný tým v počtu dvou osob.

Jednou z těchto osob budu já, jako autorka projektu. Sama v pozici OSVČ zastřešuji kompletní projekt a budu mít zodpovědnost za celkový chod podniku – nákup surovin, účetnictví, administrativu, financování, výběr dodavatelů, správu sociálních sítí ale také výpomoc na place v provozu. Také budu mít na starost péči o kočky, zajištění krmiva a dalších jejich potřeb. Veškerá komunikace s městským útulkem týkající se adopcí, veterinárních kontrol a dalších aspektů je taktéž v mé kompetenci

Podnikání probíhá na základě živnostenského listu pro hostinskou činnost. Jako osoba výdělečně činná jsem povinná platit měsíční zálohy na sociální a zdravotní pojištění. Výše finanční odměny pro mou osobu bude závislá na úspěšnosti projektu. Minimální finanční částka potřebná pro pokrytí osobních měsíčních nákladů byla stanovena na částku 30 000 Kč, ale vzhledem k faktu, že podnikám na základě živnostenského oprávnění, nejedná se o mzdu v běžném pojetí.

Druhou osobou je zaměstnanec na pozici číšník/číšnice. Půjde o hlavní článek komunikace se zákazníky, proto je žádoucí předchozí praxe ve stravování a příjemné vystupování. Náplní práce je obsluha zákazníků, příprava pokrmů a nápojů, úklid provozovny a také péče o kočky. Důležitou podmínkou je i kladný vztah ke zvířatům, konkrétně ke kočkám a schopnost plnit jejich základní životní potřeby. Tomuto zaměstnanci vznikl pracovní poměr v den zahájení provozu, tedy 1.3.2022.

S rozvojem podnikání a denním nárůstem počtu zákazníků bude pravděpodobně zapotřebí přijmout dalšího pracovníka na pozici číšník/číšnice, aby mohl být zachovaný plynulý provoz kavárny. Typ pracovní smlouvy této osoby se bude odvíjet od úspěšnosti projektu, ale předpokládám, že ve druhém roce podnikání, bude zapotřebí naplnit tuto dodatečnou pracovní pozici s pracovní smlouvou na plný úvazek. V budoucnosti během hlavní sezóny, tedy v jarních a letních měsících, kdy bude zákazníkům k dispozici i venkovní posezení, bude nejspíš zapotřebí přijmout dalšího číšníka/číšnici na základě dohody o provedení práce, která je limitovaná počtem 300 odpracovaných hodin za kalendářní rok.

V plánu pro organizační strukturu podniku je také, aby v budoucnu jeden z najatých zaměstnanců byl schopný převzít určité kompetence autorky projektu, a to zejména dohled nad běžným provozem podniku a jeho zaměstnanci.

Z důvodu iniciativy mé osoby na provozu kavárny, sezónního nábory zaměstnanců a zkušenosti v oblasti účetnictví, odpadají značné náklady na personální zabezpečení podniku.

Při zakládání podnikání bylo rovněž nezbytné využít externí výpomoc. Před otevřením podniku probíhaly stavební a terénní úpravy venkovních prostor podniku firmou Pespól s.r.o. Externí výpomoc byla také zapotřebí pro tvorbu webových stránek. Vyčíslení těchto nákladů bude nadále specifikováno v rámci analýzy finančních nákladů.

4.5 Situační analýza

4.5.1 STEP analýza

Sociální faktory

Kavárna se nachází na náměstí města Třebíč ležící na jihovýchodě kraje Vysočina, zhruba 40 kilometrů od krajského města Jihlavy. Jedná se o druhé největší město v tomto kraji s téměř 36 000 obyvateli. Třebíč se může pyšnit narození od jakéhokoli jiného města v České republice dvěma památkami na seznamu kulturního dědictví UNESCO, a to Bazilikou sv. Prokopa a Židovskou čtvrtí a hřbitovem. Nejen z tohoto důvodu je Třebíč významným centrem cestovního ruchu.

V současné době prochází Karlovo náměstí kompletní revitalizací. Stavební práce, které omezují dopravu a možnost parkování v blízkosti kavárny, by měly skončit v září 2022, proto se neočekává, že bude mít tato přestavba zásadní či dlouhodobý vliv na návštěvnost kavárny. Naopak je predikováno, že po dokončení revitalizace, by mohlo nové zmodernizované náměstí přilákat více návštěvníků do města a zároveň zvýšit návštěvnost kavárny zákazníky z jiných regionů.

Třebíč si hodně zakládá na mediální propagaci svého kulturního bohatství a každoročně investuje nemalé finanční částky na podporu cestovního ruchu. Nevšední

podniky, jakým je právě kočíká kavárna, by se mohly stát cílem pro tuzemskou i zahraniční klientelu. Velké množství kulturní akcí, hustá síť značení pro cyklisty a celková atmosféra města jsou příznivými lokalizačními faktory pro začínající podnik.

Technologické a technické faktory

Vývoj technologií nemá na kavárenský podnik nijak závažný vliv, jako tomu je například u podniků zaměřených na výrobu. Kvalitní a multifunkční kávovar či jiný kuchyňský spotřebič v kavárně jsou pro projekt výhodnou investicí. Zaměstnanci by měl kvalitní a technologicky pokročilý spotřebič práci co nejvíce zjednodušit a zákazníkovi poskytnout kvalitní a chutný produkt. Proto podnik zainvestoval do kvalitního kávovaru značky Ascaso, jehož pořizovací cena byla vyšší, ale jedná se o spotřebič, který z předešlých zkušeností uspokojí obě strany provozu. Důležité je i myslet na komfort zákazníka z jiného úhlu pohledu než z pohledu stravování. Bezdrátové připojení k internetu ve stravovacích zařízeních je pro většinu zákazníků v dnešní době již samozřejmostí, proto hostům tuto možnost podnik neodepře.

Mezi současné technologické trendy patří i marketing prostřednictvím sociálních sítí. Jedná se o silný marketingový nástroj, který může být klíčový pro malý podnik. Spokojenost zákazníků, jejich následné online recenze a tzv. word of mouth jsou pro menší, začínající podnik klíčové faktory a mohou mít významný pozitivní i negativní vliv na podnikatelskou činnost.

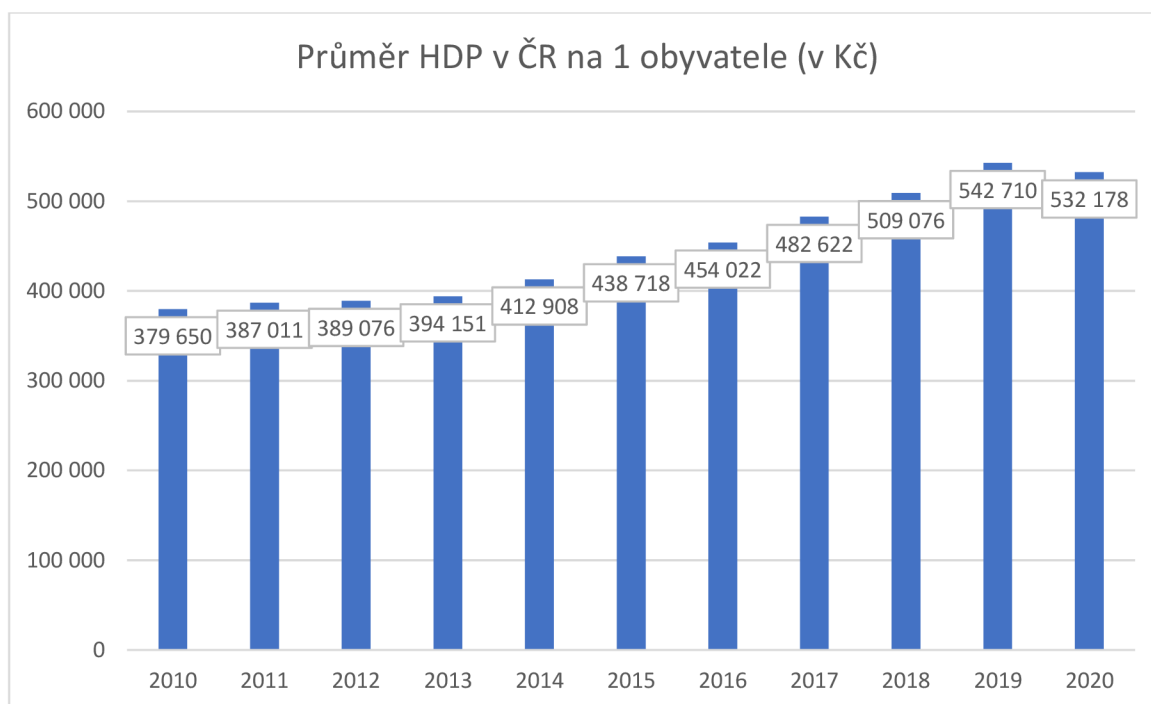
Ekonomické faktory

Mezi potenciální ekonomické hrozby pro podnikatelský projekt patří v současné době pandemie a s ní související ekonomická krize. Podnikání v době, kdy svět čelí pandemii choroby Covid-19, může být pro podnikatele extrémně stresující a nevyzpytatelné. Nicméně, tento krizový stav nemůže mít věčného trvání a v současné době je již šíření nemoci na ústupu, proto by pandemie neměla již být zásadní hrozbou.

Hrubý domácí produkt představuje významný ekonomický kazatel, od kterého lze odvodit životní úroveň obyvatel České republiky. S klesajícím HDP by klesla i poptávka po

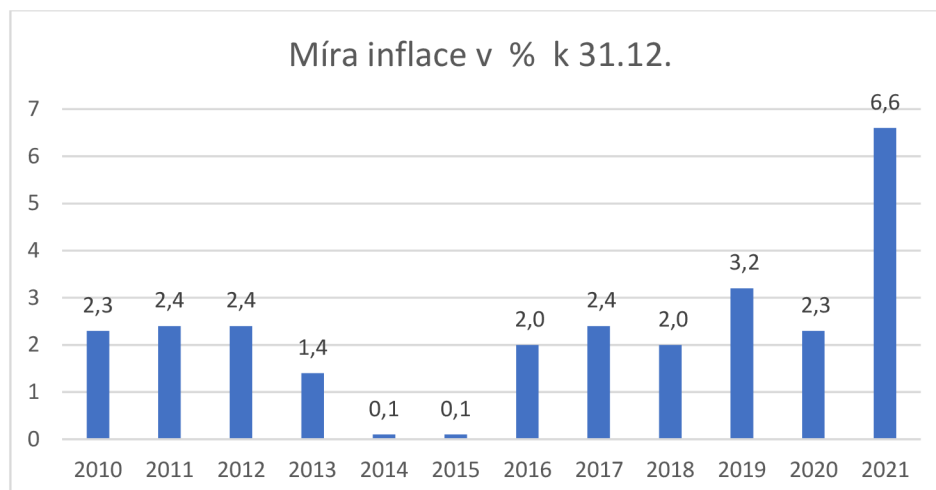
službách, a tím pádem i návštěvnost kavárny. Tento makroekonomický ukazatel, stejně jako řadu dalších, v roce 2020 významně ovlivnila pandemie Covid-19.

V současné době zatím ČSÚ nezveřejnil oficiální data týkající se konkrétní průměrné hodnoty HDP, nicméně, dle předběžného odhadu tato hodnota vzrostla o 3,3 %, (ČSÚ, 2022) Vývoj hodnoty průměrného HDP na 1 obyvatele během druhého desetiletí v ČR je znázorněn v následujícím grafu:



Obrázek 4 Průměr HDP v ČR na 1 obyvatele v Kč (zdroj, ČSÚ, vlastní zpracování)

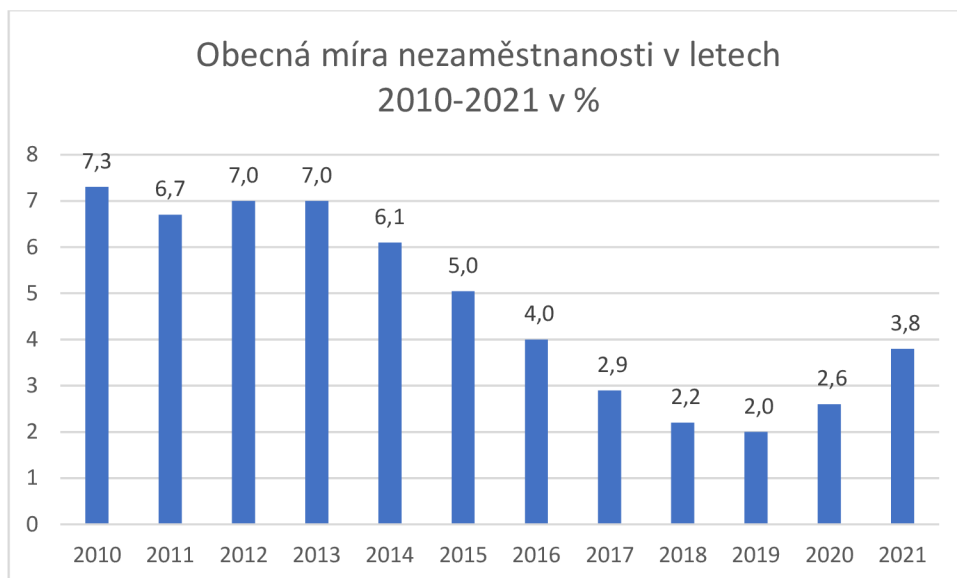
Dalším ekonomickým ukazatelem ovlivňující podnikání v našem sektoru je míra inflace. Spotřebitelské ceny se meziměsíčně v prosinci proti listopadu zvýšily o 0,4 % a meziročně v prosinci o 6,6 %. Průměrná míra inflace za rok 2021 byla 3,8 %. Vzrostly zejména ceny potravin a nealkoholických nápojů. V roce 2021 dosáhla míra inflace v České republice na nejvyšší hodnotu od roku 2008, kdy čelila nejen Česká republika, ale i celý svět, finanční krizi. Současný nárůst zejména u cen potravin by mohl mít významný vliv na podnikání v oblasti gastronomie. Značný nárůst cen byl zaznamenán u olejů a tuků, cukrů a pekárenských výrobků. Růst cen těchto surovin by mohl znamenat růst cen od dodavatelů a zvýšení nákladů na materiál a zboží. Rostoucí inflace zároveň může ovlivnit spotřebitelské chování. Vysoká inflace by mohla snížit útratu zákazníka nebo dokonce ovlivnit spotřebitele tak, že se rozhodne kavárnu vůbec nenavštívit. (ČSÚ, 2022)



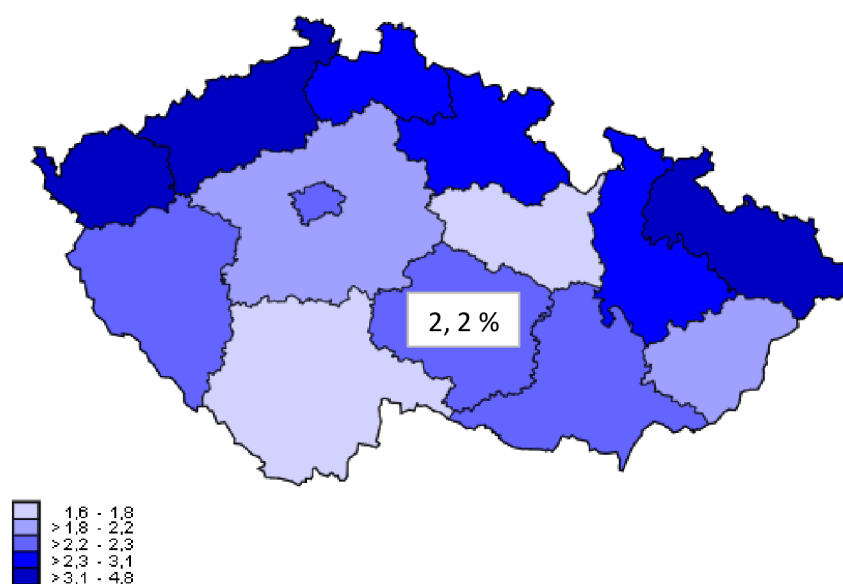
Obrázek 5 Míra inflace v % k 31.12. (zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování)

Nezaměstnanost je další faktor, který může ovlivnit podnikatelskou činnost. V průběhu roku 2021 nezaměstnanost poměrně razantně klesala. Jediný nárůst nastal ke konci roku jako důsledek ukončení sezónních prací a ukončením pracovních smluv na dobu určitou. V současné době čelí trh práce nedostatku pracovní síly, což snižuje obecnou míru nezaměstnanosti. (Kurzy.cz, 2022)

Stejně jako ostatní zmiňované ukazatele, tak i růst obecné míry nezaměstnanosti může mít dopad na provoz kavárny. Může klesnout poptávka po službách. Dále zmiňovaný problém s přesyceným trhem práce a nedostatkem pracovních sil může způsobit problémy s hledáním zaměstnanců pro kavárnu. Na grafu 6 jsou přehledně zpracována data o míře nezaměstnanosti v rámci ČR v letech 2010-2021 a na datové mapě (obrázek 7) údaje o nezaměstnanost za rok 2021 v jednotlivých krajích.



Obrázek 6 Obecná míra nezaměstnanosti v letech (zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování)



Obrázek 7 Míra nezaměstnanosti v ČR za rok 2021 (zdroj: ČSÚ, 2022)

Politické faktory

Mezi nejaktuálnější potenciální politické vlivy na podnikání patří vládní omezení v rámci pandemie Covid-19. V případě zhoršení vývoje epidemické situace hrozí, že vláda opět zavede restriktce pro stravovací zařízení. V závislosti na povaze vládních omezení by došlo ke snížení poptávky po službách nebo v horším případě o dočasné uzavření podniku. Současná vláda Petra Fialy zatím neprojevila tendenci k provádění radikálnějších omezení i v případě výrazného zvýšení výskytu nemoci. Proto předpokládáme, že pandemie již není významnou hrozbou pro předložený projekt.

24. února 2022 započalo Rusko válku s Ukrajinou, když ruská armáda použila bojovou sílu a napadla její území. Zbytek světa okamžitě reagoval na konflikt sankcemi směrem k Rusku. Důsledky a doba trvání konfliktu vzhledem k nevyzpytatelnosti situace zatím nelze předvídat. Všeobecné zdražování některých surovin a energií je ale vzhledem k závislosti České republiky na ruských a ukrajinských produktech nevyhnutelné.

4.5.2 Porterova analýza pěti sil

Stávající konkurence

Kočíčí kavárna nabízí ve své lokalitě jedinečný produkt. V současné době žádné jiné stravovací zařízení umožňující gastronomický zážitek ve společnosti koček v této lokalitě neexistuje.

Jako první kočíčí kavárna na Vysočině byla otevřená kavárna „Ta kočíčí v Jihlavě“. Jedná se o umístovací kavárnu v centru Jihlavy, která nabízí kočky k adopci, počet koček v kavárně se tedy obměňuje. Jihlava se nachází 42 km od Třebíče, není tedy v bezprostřední blízkosti kavárny Lily's.

Kavárna má jednotnou otevírací dobu od pondělí do pátku v odpoledních hodinách, konkrétně od 13:00 do 19:00, v sobotu pouze do 18:00 a v neděli bývá mimo provoz. Kavárna nabízí širokou škálu nápojů, sladkých dezertů i slaných pokrmů domácí výroby. Na svých webových stránkách www.takocicivjihlave.cz není k dispozici kompletní nabídka produktů ani jejich ceny. Také zde není zmínka o nabídce doprovodných programů, proto předpokládám, že podobné aktivity neprovozuje. Na webových stránkách se převážně nachází fotografie interiéru a exteriéru podniku, nabízených produktů, koček a pravidla, která musí zákazník v provozně dodržovat. Kavárna je nicméně velmi aktivní na sociálních sítích, konkrétně na Facebooku a Instagramu, které využívá zejména ke zveřejňování nabídky koček k adopci, ale také k propagaci svých pokrmů a nápojů či speciálních nabídek. Kavárna má na Facebooku nejvyšší možné hodnocení, což svědčí o obecné spokojenosti zákazníků s jejími službami. V kavárně je možné zakoupit také designové látkové tašky s kočíčí tematikou. Dle recenzí se v kavárně platí vstupné 19 Kč, které je automaticky přičteno při placení zákazníkem. (Ta kočíčí v Jihlavě, 2019)

Při bližší analýze této konkrétní kočičí kavárny na základě zákaznických recenzí bylo zjištěno, že nabízí kvalitní služby, se kterými jsou zákazníci značně spokojeni. Může se tedy jednat o konkurenční hrozbu pro kavárnu Lily's. Důležité je ovšem brát ohled na to, že tyto dvě kavárny neleží v bezprostřední blízkosti a předpokládám tedy, že lokální klientela dá přednost podobné nabídce služeb ve svém okolí. Z dostupných informací na webu konkurenční kavárny není možné vyčíst konkrétní stálou nabídku produktů nebo jejich cenu, část produktů je však k dispozici prostřednictvím fotografií ať už na webu či sociálních sítích. Z těchto informací lze usoudit, že nabídka produktů je podobná jako kavárny Lily's a může jí být konkurenceschopná za předpokladu, že jsou produkty obdobně cenově ohodnoceny. Konkurenční výhodou kavárny Lily's mohou být doprovodné programy, které bude kavárna příležitostně organizovat. Výhodou je také možnost venkovního posezení, kterým kavárna v Jihlavě nedisponuje.

Substituty

Jako substitut pro předložený projekt jsem definovala běžnou kavárnu. Na Karlově náměstí v Třebíči v bezprostřední blízkosti se nachází dalších 5 kaváren a několik dalších gastronomických zařízení, které nabízí pohostinské služby.

Provedena bude analýza konkurenčního podniku, který se nachází nejbližší kavárně Lily's. Porovnány budou ceny a kvalita produktů, recenze od zákazníků, poloha provozovny a další prvky rozhodující o míře ohrožení podnikatelského projektu kvůli konkurenčním podnikům.

Café Moris

Kavárna se nachází jen pár desítek metrů od kočičí kavárny, proto by teoreticky mohla představovat hrozbu pro podnikatelský projekt. Café Moris nabízí jak vnitřní, tak venkovní posezení, stejně jako můj podnik. Cenově jsou obě analyzované kavárny ve stejné kategorii. Analýza cen konkurence je důležitá součástí marketingového výzkumu, ceny u konkurence totiž značně ovlivnily cenotvorbu v mé kavárně. Průměrná cena nabídky nápojů se pohybuje kolem 56 Kč, zatímco v mém podniku se průměrná cena pohybuje kolem 53 Kč a průměrná cena pokrmů je v Café Moris 119 Kč oproti mým 82 Kč. Průměrná vyšší cena je ovšem způsobena širší nabídkou sortimentu a hlavních jídel, které má kavárna nenabízí. Na www.google.com má Café Moris převážně negativní recenze od zákazníků.

Negativní ohlasy jsou směřovány zejména na přístup obsluhy a kvalitu produktů. Kavárna nemá vlastní webové stránky, na stránkách na Facebooku nejsou rovněž poskytnuty žádné informace ohledně organizování doprovodných programů v kavárně. Na základě toho usuzuji, že podobné aktivity podnik neprovozuje. Otevírací doba kavárny je od 9:00 do 18:00. Z dostupných informací jsem vyhodnotila, že Café Moris nepředstavuje pro kočičí kavárnu významnou konkurenční hrozbu. Online recenze reflektují obecnou nespokojenost zákazníků s produktem a servisem kavárny, proto usuzuji, že potenciální návštěvník kavárny upřednostní unikátní produkt s důrazem na kvalitu poskytovaných služeb.

Vyjednávací síla dodavatelů

Dodavatelé disponují vysokou vyjednávací silou. V celé zemi i nadále rostou ceny energií a nájmu, poskytovatelé těchto služeb si tedy mohou účtovat vyšší ceny a snížit tak ziskovost kavárny.

Soustředím-li se na dodavatele zboží a materiálu pro provoz kavárny, tak vyjednávací síla klesá, neboť potenciálních dodavatelů kávy a dalších nezbytných potřeb na každodenní provoz je na trhu dostatek. Při výběru dodavatelů jsem se soustředila zejména na kvalitu nabízených surovin, jejich cenu a množstevní slevy, které by mohl prodejce nabízet, za předpokladu snadné a rychlé distribuce.

Pro základní kavárenské suroviny, tedy kávu, čaj a čokoládu, jsem zvolila dodavatele Grand Café se sídlem v Jihlavě. Objednávky se budou provádět s měsíční frekvencí prostřednictvím e-shopu, v případě potřeby častěji. Nealkoholické nápoje budou zprostředkovávány skrze internetový obchod www.napoje-online.cz. Prodejce nabízí širokou nabídku produktů a zároveň často poskytuje slevy na řadu z nich. Pivo bude v pravidelných intervalech osobně vyzvednuto v Třebíči v nedaleké prodejně rodinného pivovaru Bernard.

Další suroviny budou pořizovány v lokálních supermarketech či hypermarketech v závislosti na akčních nabídkách, případně ve velkoobchodním řetězci MAKRO v Brně.

Důležité je myslet i na zásoby krmiva a dalších potřeb pro kočky. Ty budou zprostředkovávány přes internetový obchod www.spokojenypes.cz. Jedná se o osvědčeného

dodavatele, u kterého nakupuji již roky pro svá vlastní domácí zvířata a díky věrnosti a pravidelnému nákupu v tomto e-shopu mám k dispozici slevu 12 % na nákup nad 3 000 Kč. Dle zkušeností probíhá doprava zboží k zákazníkovi většinou již během druhého dne od objednávky.

Na ekologické materiály si potrpí neustále více zákazníků, proto považuji za důležité, aby pokrmy a nápoje na objednávku s sebou, byly umístěny do ekologických a plně rozložitelných materiálů. Obalové materiály budou objednávány přes e-shop www.krabickynajidlo.cz, který nabízí širokou nabídku ekologicky rozložitelných gastro obalů i velkoobchodní slevy.

Vyjednávací síla zákazníků

Zákazníci jako odběratelé jsou v rámci této analýzy činitelem, který nejvíce ovlivní průběh a úspěšnost podnikání. Jejich vyjednávací síla lze označit za vysokou, neboť mohou požadovat nižší cenu či vyšší kvalitu produktů a služeb. Žádoucí je poskytovat zákazníkovi kvalitní servis od začátku až do konce návštěvy, aby opouštěl kavárnu spokojený a případně sdílel své pozitivní dojmy se svými známým nebo zanechal kladnou recenzi na sociálních sítích či jinou pozitivní online zpětnou vazbu. Kvalitním servisem může podnik vybudovat stálou klientelu, která se bude pravidelně vracet nebo přicházet do podniku s dalšími novými klienty.

V rámci kočičí kavárny je důležité dohlížet na dodržování pravidel chování ke zvířatům. Je nutné zajistit, aby kočky nebyly nijak obtěžovány nebo krmeny jídlem z kavárny nebo bez dovolení krmeny pamlsky, které donesli sami zákazníci. V případě, že zákazník poruší řád kavárny, je nutné ho upozornit na konkrétní pochybení. Pokud ani při opakované výzvě k dodržování pravidel zákazník neuposlechne, bude žádoucí, aby provozovnu opustil. V tomto případě může dojít k znepokojení zákazníka a šíření negativní zkušenosti. Aby kočky neztratily důvěru v cizí osoby, je důležité se vyvarovat jakémukoli možnému negativnímu kontaktu se zákazníky. Heslo „náš zákazník, náš pán“ má tedy v kočičí kavárně jasně stanovené meze.

Hrozba vstupu nové konkurence na trh

Město Třebíč je atraktivní turistické město s velkým potenciálem pro podnikatele, proto je prakticky nevyhnutelný vznik nové konkurence ve smyslu otevření nové kavárny. Hovoříme-li o přímé konkurenci, tedy o kavárně kočičí, pravděpodobnost vstupu podobného podniku na trh je o něco nižší, neboť provoz gastronomického zařízení se zvířaty je složitější. Má kavárna získala výhodu díky smlouvě s městským zvířecím útulkem, který kavárně poskytuje kočky, které svým způsobem propagujeme, abychom nakonec docílili k jejich adopci, zatímco útulek zabezpečuje veterinární péči a administrativu k adopci. Není očekáváno, že by podobnou smlouvu sepsal s jinou kočičí kavárnou.

Podnikání v oblasti kavárenství s kočkami je v poslední době na vzestupu, není tedy vyloučeno, že by ve městě nebo v jejím bezprostředním okolí mohl vzniknout obdobný podnik. Stejně tak je možnost, že na trh vstoupí stravovací podnik s možností kontaktu s jinými zvířaty než s kočkami. V kraji Vysočina se kromě zmíněné kočičí kavárny v Jihlavě nenachází podnik soustředěný na tuto oblast, takže jiná zvířecí kavárna by se mohla stát atraktivním podnikem pro místní potencionální klientelu, ale i vyhledávaným místem pro tuzemské či zahraniční turisty.

4.5.3 SWOT analýza

V rámci SWOT analýzy jsou definované silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby při vstupu na kavárenský trh v Třebíči.

Silné stránky	Slabé stránky
Atraktivní lokalita	Podnikatelská nezkušenost
Unikátní produkt	Pronajaté prostory provozovny
Doprovodné programy	Nedostatek financí na splácení úvěru
Parkovací možnosti a MHD	Nutnost budování nové klientely
Moderní příjemné prostředí	
Kvalitní služby	
Rozmanitá nabídka produktů	
Příležitosti	Hrozby
Spolupráce se správou města v rámci spolupráce s městským útlukem	Provozní omezení kvůli pandemii
Publicita v rámci spolupráce s útlukem	Vstup nové konkurence na trh
Rozšíření produktové nabídky	Nezájem ze strany zákazníků
Vytvoření stálé klientely	Hospodářská krize
Růst turismu v lokalitě	Neschopnost splácet úvěr
Ukončení činnosti konkurence	Onemocnění zvířat
Probíhající revitalizace náměstí města	Vypovězení nájemní smlouvy
Felinoterapie	

Tabulka 1 SWOT analýza (vlastní zpracování)

Silnou stránkou podniku je jednoznačně jeho unikátnost. Žádný podnik nabízející stravování ve společnosti koček v současné době ve městě Třebíč neexistuje, proto nemá přímého konkurenta. Samotné město Třebíč je atraktivní turistickou lokalitou jak pro tuzemské, tak i pro zahraniční návštěvníky. Kavárna se nachází v samotném centru města s dobrými parkovacími možnostmi a autobusovými zastávkami několika linek v bezprostřední blízkosti. Podnik si také zakládá na kvalitním servisu pro všechny zákazníky a na domácích produktech za přijatelnou cenu.

Mezi slabé stránky nového podniku lze zařadit hledání nové klientely. Žádoucí je vysoký zájem o služby kočičí kavárny a díky lokalitě podniku, unikátnosti služeb a díky marketingové kampani je i zájem o služby i očekáván. Kavárna je provozována v pronajatých prostorách, jako majitelka podniku tedy nejsem zároveň majitelka objektu a nemůžu tak bez svolení vlastníka provádět určité úpravy objektu nebo ovlivnit některé faktory omezující provoz nebo dokonce existenci provozovny. Podnik je částečně financován cizími zdroji a je třeba zajistit dostatek financí pro splácení úvěru, aby nebyla ohrožena existence podniku. Jako poslední slabou stránku podniku je zapotřebí zmínit i podnikatelskou nezkušenost autorky projektu. Předešlá podnikatelská zkušenost je jednoznačnou výhodou pro každého podnikatele, který zahajuje nový projekt. Jelikož jako majitelka projektu předešlou zkušeností nedisponuji, v určitých oblastech bylo zapotřebí obrátit se na externí pomoc od zkušenějších jedinců v daném oboru.

Jako významnou příležitost podniku je počínání v rámci spolupráce s městským zvířecím útulkem. Jelikož je útulek pod správou města, naskytuje se kavárně příležitost spolupráce s klíčovými osobnostmi města a také možnost propagace kavárny prostřednictvím města, díky roli prostředníka v rámci adopce zvířat. Město každoročně investuje nemalé částky do propagace jeho kulturního bohatství pro podporu turismu. Tyto investice přivádí do města každoročně více turistů, kteří by mohli zvýšit návštěvnost kavárny. Jak již bylo zmíněno, momentálně probíhá kompletní revitalizace náměstí, kde se kavárna nachází. Budoucí nový atraktivní vzhled okolí podniku je rovněž příležitostí pro získání nových zákazníků kavárny. V budoucnu je v plánu nabízet prostory a služby kavárny pro základní školy a školky v okolí v rámci vzdělávacích doprovodných programů se zaměřením zejména na zvířata, jejich ochranu a ekologii. Příležitost představuje i rozšíření pojmu a praxe felinoterapie. Jedná se o druh zooterapie, tedy o léčbu psychických či somatických poruch, prostřednictvím přímého kontaktu se zvířetem, v našem případě prostřednictvím kontaktu s kočkami.

Hrozbu pro podnik může znamenat zhoršení se pandemické situace. Momentálně je virus Covid-19 na ústupu a současná vláda neprojevila tendence vydávat zásadní vládní opatření omezující provoz stravovacích podniků, proto identifikuji tuto hrozbu jako nízkou. Kavárna může být každopádně ohrožena vstupem nové konkurence na trh.

V blízkosti podniku se nachází několik stravovacích zařízení včetně kaváren. Hrozbou však může být zejména kavárna zaměřená na stravování ve společnosti zvířat.

Úspěch projektu se bude odvíjet od zájmu ze strany zákazníků, který je klíčový pro životnost podniku. V případě nedostatku financí může dojít k neschopnosti podnikatele plnit své závazky, kdy nebude mít dostatek prostředků pro splácení poskytnutého úvěru. Komplikací pro provoz kavárny by mohl být také výskyt nemoci u zvířat a nutnost následné karantény. V takových případech je v souladu se smlouvou veškerá veterinární péče poskytována a hrazena prostřednictvím městského útulku. Hrozbou pro podnikání může být také současná hospodářská krize spojená zejména s koronavirovou pandemií. Tato krize by se mohla dále prohlubovat kvůli současné nejisté politické situaci související s ruskou invazí na Ukrajině. Další průběh a důsledky tohoto konfliktu jsou zatím nejisté.

4.6 Marketing

4.6.1 Produkt

Jádrem produktu je nabídka občerstvení a nápojů ve společnosti koček. Doplnkovou vrstvu tvoří pravidelné doprovodné programy pro veřejnost, školy či školky a adopční aspekt podniku. Hlavní činnost a produkt firmy je zcela odlišný od lokální konkurence. Unikátnost činnosti podniku znamená jistou konkurenční výhodu a předpokládá se, že vzbudí značný zájem u obyvatel města i turistů.

V prvním roce podnikání bude převážná nabídka občerstvení odebírána od ověřených dodavatelů již připravena k distribuci pro zákazníky. Vlastní výroba veškerých produktů v budoucnu připadá v úvahu v závislosti na personálu a úspěchu projektu. I přesto, že občerstvení nebude prezentováno jako domácí výroba, podnik očekává vysoký zájem díky důkladnému výběru kvalitního dodavatele zboží.

Jak již bylo zmíněno, hlavní činností, která podnik odlišuje od konkurence, je právě společnost zvířat během posezení u kávy. 3 kočky budou umístěny v kavárně nastálo, ostatní budou nalezení z městského útulku, kteří budou zároveň nabízeni k adopci. Maximálně může kavárna ubytovávat až 10 koček, z praktického a finančního hlediska je ale předpokládáno, že průměrný počet koček umístěných v kavárně se bude pohybovat mezi 6 a 8 jedinci. Výběr koček vhodných pro kavárnu bude probíhat zejména zaměstnanci

útulku, kteří s danými zvířaty již měli možnost dlouhodobějšího kontaktu a jsou schopni určit jedince vhodné pro umístění do kavárny.

Kočky budou vystaveny častému kontaktu s lidmi, ale i s ostatními kočkami, proto je důležité vybrat taková zvířata, která touto skutečností nebudou vystresovaná a nebudou projevovat agresi či jiné nežádoucí chování. V případě, že některé zvíře bude po umístění do kavárny reagovat negativně, zvíře bude odebráno z dané stresové situace a umístěno zpátky do útulku, neboť spokojenost zvířat a bezpečnost zákazníků je nejvyšší prioritou podniku.

V tabulce 2 je k dispozici stálý sortiment nabízený v kavárně.

Káva a horké nápoje	Pokrm	Pamlsky pro kočky
Espresso	Club sandwich	Dle nabídky u obsluhy
Espresso Macchiato	Míša řez	
Cappuccino	Palačinky 2 ks se šlehačkou a ovocem	
Double Espresso	Cheesecake	
Cafe Latte	Panna Cotta s malinami	
Ledová káva	Brownies	
Cold brew	Zmrzlina s ovocem	
Irská káva	Tartaletka s čokoládou a višněmi	
Kakao s pusinkami	Mrkvový dort	
Horká čokoláda		
Chai Latte		
Matcha Latte		
Sypaný čaj dle nabídky		
Nealkoholické nápoje		
Sprite 0,3l		
Fanta 0,3l		
Coca Cola 0,3l		
Domácí limonáda 0,3 l		
Domácí ledový čaj 0,3 l		
Kofola 0,4 l		
Alkoholické nápoje		
Cider 0,3l		
Cider 0,5l		
Pivo Bernard 0,3 l		
Pivo Bernard 0,5 l		

Tabulka 2 Sortiment kavárny (vlastní zpracování)

4.6.2 Cena

Cenotvorba byla provedena prioritně porovnáním cen u konkurence. Při tvorbě cen touto metodou se hovoří o tzv. benchmarkingu. Zároveň musím dbát na to, aby byly pokryty pořizovací náklady a aby cena zahrnovala dostatečnou obchodní marži, která se bude odvíjet od konkrétních výrobků.

Vzhledem k finanční náročnosti péče o kočky bude každému zákazníkovi automaticky připočteno 30 Kč při platbě účtu. Jedná se o běžnou praxi, kterou využívají kočičí kavárny po celém světě. Zákazník bude o této skutečnosti informován v nabídkovém menu.

S využitím zaváděcích cen podnik nepočítá z důvodu finanční náročnosti projektu v prvním měsíci podnikání. Ceny nápojů a občerstvení budou stálé, zatímco nabídka a ceny kočičích pamlsků se budou lišit v závislosti na nabídce. Tyto informace budou k dispozici u obsluhy a prostřednictvím aktuální nabídky na tabuli a na baru provozovny.

Prostřednictvím věrnostního programu, který je blíže charakterizován v podkapitole *propagace*, budou zákazníkovi nabízeny výhodnější cenové nabídky a další výhody v rámci podpory prodeje.

Ceny jednotlivých položek sortimentu při založení podniku jsou k dispozici v tabulce č.3. V důsledku současného zdražování potravin je momentálně v řešení navyšování cen produktů. Tento krok bude v budoucnu učiněn v závislosti na růstu cen u dodavatelů a v případě znatelného poklesu obchodní marže. Pokud by se situace prohlubovala a podnik neučinil změny odpovídající situaci, mohl by se podnik časem ocitnout v platební neschopnosti. Tento krizový scénář je však vyhnutelný včasnou reakcí na všeobecné zdražování a také vytvořením spokojené klientely, která se bude do kavárny pravidelně vracet.

Zákazník má možnost zaplatit účet variací způsobů. Může využít hotovostní transakci, stravenkami, platbu kartou či stravenkovou kartu Edenred.

Káva a horké nápoje	Cena	Pokrm	Cena	Pamslky pro kočky
Espresso	55 Kč	Club sandwich	99 Kč	Dle nabídky u obsluhy
Espresso Macchiato	55 Kč	Míša řez	89 Kč	
Cappuccino	60 Kč	Palačinky 2 ks se šlehačkou a ovocem	89 Kč	
Double Espresso	60 Kč	Cheesecake	79 Kč	
Cafe Latte	60 Kč	Panna Cotta s malinami	75 Kč	
Ledová káva	70 Kč	Brownies	79 Kč	
Cold brew	85 Kč	Zmrzlina s ovocem	79 Kč	
Irská káva	85 Kč	Tartaletka s čokoládou a višněmi	69 Kč	
Kakao s pusinkami	65 Kč	Mrkvový dort	79 Kč	
Horká čokoláda	65 Kč			
Chai Latte	65 Kč			
Matcha Latte	75 Kč			
Sypaný čaj dle nabídky	65 Kč			
Nealkoholické nápoje				
Sprite 0,3l	30 Kč			
Fanta 0,3l	30 Kč			
Coca Cola 0,3l	30 Kč			
Domácí limonáda 0,3 l	55 Kč			
Domácí ledový čaj 0,3 l	55 Kč			
Kofola 0,4 l	30 Kč			
Alkoholické nápoje				
Cider 0,3l	30 Kč			
Cider 0,5l	40 Kč			
Pivo Bernard 0,3 l	30 Kč			
Pivo Bernard 0,5 l	40 Kč			

Tabulka 3 Ceny sortimentu kavárny (vlastní zpracování)

4.6.3 Distribuce

Produkty budou konečnému zákazníkovi nabízeny v prostorách kavárny, distribuce tedy bude probíhat přímým prodejem. Tato forma prodeje umožní personálu nabízet zákazníkům výjimečný servis, který vypomůže tomu, aby zákazník chtěl navštívit podnik opakovaně i v budoucnu. Nápoje a pokrmy budou konzumovány ve vnitřních i venkovních prostorách provozovny. Produkty budou zároveň nabízeny i ve formě „take away“, kdy si zakoupený produkt zákazník odnese domů nebo na jiné místo a nebude jej konzumovat v prostorách kavárny. Pro tyto případy nakoupila kavárna ekologické obalové materiály. Obsluha však bude zákazníky informovat, že v budoucnosti jim může nápoje i pokrmy umístit do jejich vlastních nádob, pokud je personálu poskytnou.

4.6.4 Propagace

Vzhledem k faktu, že kavárna vstoupila na trh jako nový podnikatelský subjekt, je hlavním cílem propagace rozšířit povědomí o existenci podniku. I přesto, že jednou z nejlepších reklam malého podniku je spokojený zákazník, kavárna využije několika nástrojů marketingové komunikace. Jejich finanční náročnost bude prezentována v kapitole *Finanční plán*.

V rámci reklamy byla před otevřením kavárny využita propagace formou letáků, které byly distribuovány do poštovních schránek obyvatel Třebíče a do místního městského kulturního střediska pro turisty. Firma také zaplatila inzerci v lokálních Horáckých novinách a na sociální síti Facebook. Tuto internetovou inzerci bude kavárna využívat po celou dobu podnikání. Městský útulek v Třebíči bude informovat prostřednictvím svých Facebookových stránek o kočkách, které jsou k dispozici k adopci a umístěny v kavárně. Zájemci o adopci budou mít možnost se s kočkou seznámit v sociálním prostředí a lépe poznat, jak zvíře reaguje na běžné i rušivé podněty. Už samotná skutečnost, že kočka byla vybrána útlukem jako vhodná pro prostory kočičí kavárny značí, že se jedná o společenské a vlídné zvíře, proto je očekáván vysoký zájem o adopci koček z kavárny. Před prostory kavárny byla před otevřením kavárny umístěna reklamní tabule informující o provozu nového výjimečného podniku, která zároveň informuje o speciálních nabídkách.

Podpora prodeje bude probíhat formou věrnostního programu. Zákazníci kavárny budou mít možnost vytvořit si věrnostní kartu, jež bude držitelům této karty nabízet výhodné nabídky a akce, které se budou měnit s měsíční frekvencí. O aktuální akční nabídce bude zákazník informován prostřednictvím e-mailu, Facebooku i přímo v provozovně. Držitel karty bude také odměněn slevou 15 % při návštěvě kavárny v týdnu svých narozenin (3 dny před narozeninami, den narozenin a 3 dny po narozeninách) kterou může využít opakovaně.

V prvním měsíci existence firmy byly externí firmou zřízeny webové stránky www.kocicikavarnalilys.cz, kde jsou zákazníkům k dispozici fotografie provozovny, ceny sortimentu, aktuální nabídka koček k adopci, speciální nabídky a další důležité informace pro potenciálního i stálého zákazníka. Byly také zřízeny účty na sociálních sítích Facebook a Instagram, které budou sloužit jako komunikační kanál mezi podnikatelem a zákazníkem. Každý měsíc bude na sociální síti Instagram probíhat foto soutěž s kočičí

tématikou za použití hashtagu #LilysCafe. Podmínky soutěže a odměna pro vítěze bude vždy definována na začátku měsíce prostřednictvím sociálních sítí.

4.7 Finanční plán

V této části podnikatelského projektu bude provedena finanční analýza počátku podnikání a dále odhad průběhu podnikání v tříletém časovém horizontu pro realistický, optimistický a pesimistický scénář odvíjející se od denního počtu zákazníků podniku.

4.7.1 Zahajovací rozvaha

Prvním krokem v rámci finančního plánu podniku je vytvoření zahajovací rozvahy ke dni vzniku firmy, jež poskytuje informace o aktivech a pasivech, kterými firma disponuje. Do realizace projektu bylo ke dni 1.2.2022 vloženo 450 000 Kč. Podnikání je zahájeno pouze s penězi v hodnotě 550 000 Kč (z toho 450 000 Kč tvoří vlastní zdroje a 100 000 Kč úvěr) a v prvním měsíci podnikání bude nakoupen veškerý nezbytný dlouhodobý i drobný majetek k provozu firmy.

Zahajovací rozvaha k 1.2.2022 (v Kč)			
Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek		Vlastní kapitál	450 000
Nehmotný dlouhodobý majetek		Základní kapitál	
Hmotný dlouhodobý majetek			
Oběžný majetek		Cizí zdroje	
Zásoby		Závazky	100 000
Peníze	550 000		
Bankovní účet			
Celkem	550 000	Celkem	550 000

Tabulka 4 Zahajovací rozvaha (vlastní zpracování)

Pro úspěšnou realizaci tohoto záměru jsou zapotřebí cizí zdroje uvedené v rozvaze. Poskytovatelem úvěru v hodnotě 100 000 Kč je Komerční banka s dobou splatnosti 24 měsíců a úrokovou sazbou včetně všech poplatků 7,5 % (tj. RPSN). Úvěr bude splácen formou konstantní splátky a úrokem, který se spočítá ze zůstatkové ceny úvěru. Přehled průběhu jednotlivých částek pro splácení úvěru je zobrazen v tabulce 5.

Měsíc	Splátka	Úrok	Zůstatek
1	4 167 Kč	625 Kč	95 833 Kč
2	4 167 Kč	599 Kč	91 666 Kč
3	4 167 Kč	573 Kč	87 499 Kč
4	4 167 Kč	547 Kč	83 332 Kč
5	4 167 Kč	521 Kč	79 165 Kč
6	4 167 Kč	495 Kč	74 998 Kč
7	4 167 Kč	469 Kč	70 831 Kč
8	4 167 Kč	443 Kč	66 664 Kč
9	4 167 Kč	417 Kč	62 497 Kč
10	4 167 Kč	391 Kč	58 330 Kč
11	4 167 Kč	365 Kč	54 163 Kč
12	4 167 Kč	339 Kč	49 996 Kč
13	4 167 Kč	312 Kč	45 829 Kč
14	4 167 Kč	286 Kč	41 662 Kč
15	4 167 Kč	260 Kč	37 495 Kč
16	4 167 Kč	234 Kč	33 328 Kč
17	4 167 Kč	208 Kč	29 161 Kč
18	4 167 Kč	182 Kč	24 994 Kč
19	4 167 Kč	156 Kč	20 827 Kč
20	4 167 Kč	130 Kč	16 660 Kč
21	4 167 Kč	104 Kč	12 493 Kč
22	4 167 Kč	78 Kč	8 326 Kč
23	4 167 Kč	52 Kč	4 159 Kč
24	4 159 Kč	26 Kč	0 Kč

Tabulka 5 Plán splácení úvěru (vlastní zpracování)

4.7.2 Přehled nákladů pro uvedení podniku do provozu

V prvním měsíci existence podniku byl zakoupen veškerý dlouhodobý i oběžný majetek nezbytný k zahájení podnikání. Přehled konkrétních položek je k dispozici v tabulce 6.

Nejnákladnější majetkovou položkou je profesionální kávovar v celkové hodnotě 110 000 Kč. Dále byl nakoupen oběžný majetek v celkové hodnotě 237 706 Kč, jehož součástí bylo zejména vybavení kavárny, kasa, spotřebiče, elektronika pro potřeby podniku, ale také vybavení pro místnost pro kočky.

Dlouhodobý majetek	Cena (v Kč)
Kávovar Ascaso Barista T dvouskupinový	110 000
Oběžný majetek	
Mobil Honor 20 Lite	5 499
Mýčka nádobí Bosch Serie 4 SGS4HTI33E	11 990
Výrobník ledu G3 Ferrari G20097	3 799
SP 512 reprosoustava s konzolou	8 290
Notebook HP Elitebook840 G3	12 990
KASAmox Mobile PROFI 10"	7 249
Kávovar Ascaso Steel DUO PID Professional White	43 929
Chladicí vitrína Snaige CD29DM-S302SE	9 999
Lednice BOSCH KGN36NLEA	9 999
Napěnovač mléka ETA Latteo	999
Nádobí	7 429
Potřeby pro kočky (škrabadla, misky, zařízení kočičí místnosti atd.)	18 977
Vybavení kavárny – nábytek	57 899
Barový pult	34 999
Vybavení kavárny – dekorace	3 659
Celkem	347 706

Tabulka 6 Přehled majetku (vlastní zpracování)

Položka dlouhodobý majetek zahrnuje pouze kávovar v hodnotě 110 000 Kč, který podléhá účetním odpisům. Kávovar patří do 1. odpisové skupiny a bude využit rovnoměrný způsob odpisování v tříletém časovém horizontu. Odpisování majetku je naznačeno v tabulce 7, kde je v prvním roce počítáno se sazbou 20 % a v následujících 2 letech se sazbou 40 %.

Rok	Odpis	Oprávk	ZC
1.	22 000 Kč	22 000 Kč	88 000 Kč
2.	44 000 Kč	66 000 Kč	44 000 Kč
3.	44 000 Kč	110 000 Kč	0 Kč

Tabulka 7 Účetní odpisování dlouhodobého majetku (vlastní zpracování)

Charakter marketingového plánu firmy byl již popsán v předchozí kapitole, nyní je zapotřebí vyčíslit jeho náklady. Nejvyššími položkami propagace firmy jsou jednorázové položky, které jsou nezbytné pro budoucí chod podniku a úspěšnou reklamu. Po vzniku firmy byly externí firmou vytvořeny webové stránky kavárny za 16 000 Kč.

Další nákladovou položkou bylo vytvoření reklamní tabule umístěnou před provozovnou v hodnotě 9 000 Kč. V prvním měsíci byly také vynaloženy další marketingové náklady dle tabulky 8. V následujících měsících i letech se počítá se znatelně nižšími náklady na propagaci, konkrétně se 2 000 Kč na měsíc za platbu inzerce na sociálních sítích.

Počáteční marketingové náklady	
Výroba letáků	3 000 Kč
Výroba vizitek	2 500 Kč
Drobné reklamní předměty	2 500 Kč
Inzerce na sociálních sítích	2 000 Kč
Inzerce v lokální novinách	4 000 Kč
Výroba věrnostních karet	3 000 Kč
Tvorba webových stránek	16 000 Kč
Reklamní tabule	9 000 Kč
Celkem	43 000 Kč

Tabulka 8 Počáteční marketingové náklady (vlastní zpracování)

Jednorázovou nákladovou položkou pro první měsíc byl poplatek za získání živnostenského oprávnění za 1 000 Kč a platba stavební firmě za poskytnuté služby v hodnotě 60 000 Kč. Další náklady hrazené v prvním měsíci podnikání jsou položky, které se v budoucnu budou hradit na začátku kalendářního roku. Jedná se zejména o platbu za internet, účetní software nebo poplatky za webovou doménu. Jednotlivé nákladové položky jsou znázorněny v následující podkapitole měsíční náklady podniku.

4.7.3 Náklady podniku

V rámci finanční analýzy budu pracovat se třemi různými scénáři. Jedná se o scénáře odvíjející se od denního počtu zákazníků kavárny. Bude tedy provedena finanční analýza reálné, optimistické a pesimistické varianty průběhu podnikání. V rámci reálného scénáře počítá podnik se 40 zákazníky denně, optimistický scénář s 50 a pesimistický s 30 hosty za den.

Fixní měsíční náklady budou ve všech třech scénářích stejné, neboť je nijak neovlivňuje chod podniku. Jednotlivé položky fixních nákladů jsou uvedeny v tabulce 9. Z důvodu variabilnosti hodnoty úroků, nejsou v této tabulce zmíněny, jsou ovšem promítnuty v celkovém měsíčním přehledu nákladů pro jednotlivé roky.

Měsíční fixní náklady		
Provozní	Nájemné	35 000 Kč
	Energie	11 000 Kč
	Telefonní služby	1 200 Kč
	Webová doména	300 Kč
	Poplatek OSA	257 Kč
	Koncesiářské poplatky	45 Kč
	Celkem	47 802 Kč
Mzdové	Mzda zaměstnancům	27 000 Kč
	Zdravotní a sociální pojištění	9 126 Kč
	Celkem	36 126 Kč
Marketingové	Marketing	2 000 Kč
Celkové měsíční fixní náklady		85 928 Kč

Tabulka 9 Měsíční fixní náklady (vlastní zpracování)

4.7.3.1 Realistický scénář

Variabilní náklady jsou narozdíl od fixních závislé na návštěvnosti kavárny. Více zákazníků znamená pro podnik vyšší spotřebu materiálu a vyšší náklady na zboží. V rámci realistické varianty průběhu podnikání počítá podnik s 40 zákazníky. Tento scénář předpokládá, že průměrný zákazník si během své návštěvy zakoupí kávu, dezert nebo jinou pochutinu a nealkoholický nápoj či zakoupí pamlsky pro kočky.

Odhadovaná měsíční spotřeba kávy pro 40 zákazníků za den je 18 kilogramů. Kávu bude podnik nakupovat v ceně 800 Kč za 1 kilogram. Podnik tedy zaplatí 14 400 Kč měsíčně za spotřebu zrnkové kávy. Dále počítám s náklady na mléko, šlehačku, topingy a další doplňky ke kávě v hodnotě 5 600 Kč za měsíc. Neopomenutou položkou ve spotřebě materiálu musí být v případě kočičí kavárny i spotřeba týkající se zvířat, proto počítám s náklady 5 000 Kč na krmivo a další péči o kočky. V realistické variantě tedy podnik odhadem vynaloží 25 000 Kč měsíčně na spotřebu materiálu.

Některé položky v menu nebudou vlastním produktem kavárny, budu s nimi tedy počítat jako s prodaným zbožím, nikoli se spotřebovaným materiálem. Jedná se o nealkoholické nápoje nedomácí výroby, zákusky a pamlsky pro kočky. Průměrná nákupní cena zákusku, které budeme objednávat od dodavatele, je 50 Kč. Při návštěvnosti 40 zákazníků denně tedy podnik vynaloží odhadem 2 000 Kč denně, tj. 60 000 Kč měsíčně na nákup zákusků pro další prodej.

Při průměrné nákupní ceně 25 Kč za nealkoholické nápoje, zaplatí firma odhadem 30 000 Kč měsíčně. Zbylé náklady na spotřebu zboží tvoří pamlsky pro kočky, které může zákazník koupit jak k podání kočkám v kavárně, tak pro své domácí mazlíčky. Měsíčně se odhaduje nákup těchto pamlsků v hodnotě 7 500 Kč.

Dlouhodobý majetek je odepisován vždy na konci kalendářního roku po dobu tří let. Podnik také počítá s měsíční rezervou 10 000 Kč. Úrok z úvěru je splácen do února 2024, poté tato položka nákladů odpadá. V měsíci založení podniku jsou z již zmíněných důvodů náklady vyšší, v průběhu roku se náklady liší pouze nepatrně v závislosti na počtu dní v měsíci. Vyšší náklady jsou poté opět zjevné na konci kalendářního roku kvůli účetnímu odpisu dlouhodobého majetku firmy.

4.7.3.2 Optimistický scénář

V rámci optimistické varianty průběhu podnikání se počítá s 50 zákazníky kavárny denně, kdy si každý návštěvník objedná kávu, drobný pokrm a nealkoholický nápoj nebo zakoupí pamlsky pro kočky. Tento faktor ovlivní v nákladech spotřebu materiálu a zboží. Spotřeba materiálu za daných podmínek byla odhadnuta na 31 500 Kč měsíčně, což je o 6 500 Kč výše než při realistické variantě.

Spotřeba zboží bude taktéž vyšší než v předchozím scénáři. Při stejných průměrných nákupních cenách zaplatí podnik 75 000 Kč za nákup pochutin a 37 500 Kč za nealkoholické nápoje. Při vyšší návštěvnosti se také předpokládá vyšší zájem o nákup pamlsků pro kočky v hodnotě 8 500 Kč. V případě optimistického scénáře se tedy počítá s náklady na spotřebu zboží za 121 000 Kč. Detailní rozpis měsíční nákladů v tříletém časovém horizontu je k dispozici v přílohách.

4.7.3.3 Pesimistický scénář

Pesimistická varianta průběhu podnikání počítá s 30 zákazníky denně se stejnou průměrnou objednávkou jako v předchozích scénářích. Náklady na spotřebu materiálu v rámci tohoto krizového scénáře byly v závislosti na denní návštěvnosti vypočteny na 18 750 Kč.

Při průměrných nákupních cenách za zákusky a pochutiny zaplatí podnik 45 000 Kč, za nealkoholické nápoje 22 500 Kč a znatelné snížení nákladů vzhledem k nižší návštěvnosti je i u pamlsků pro kočky, kde byly náklady odhadnuty na 2 500 Kč. Podrobná měsíční analýza nákladů v rámci pesimistické varianty je k dispozici v příloze.

Měsíční náklady za rok 2022 (realistický scénář)										
	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Náklady na propagaci	18 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Drobný majetek	237 706 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Stavební úpravy	60 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Mzda	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP podniku za zaměstnance	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
Spotřeba energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Živnostenské oprávnění	1 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Tvorba webu	16 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Bankovní poplatky	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Účetní software Pohoda	11 980 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Spotřeba materiálu	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč
Prodané zboží	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč
Wifi připojení	2 500 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Reklamní tabule	9 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Úroky z úvěru	625 Kč	599 Kč	573 Kč	547 Kč	521 Kč	495 Kč	469 Kč	443 Kč	417 Kč	391 Kč
Odpisy	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	22 000 Kč
Ostatní (rezerva)	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Celkem	574 638 Kč	220 126 Kč	220 100 Kč	220 074 Kč	220 048 Kč	220 022 Kč	219 996 Kč	219 970 Kč	219 944 Kč	241 918 Kč

Tabulka 10 Měsíční náklady za rok 2022, realistický scénář (vlastní zpracování)

Měsíční náklady za rok 2023 (realistický scénář)												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Náklady na propagaci	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Mzda	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP podniku za zaměstnance	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
Spotřeba energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Bankovní poplatky	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Spotřeba materiálu	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč
Prodané zboží	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Úroky z úvěru	365 Kč	339 Kč	312 Kč	286 Kč	260 Kč	234 Kč	208 Kč	182 Kč	156 Kč	130 Kč	104 Kč	78 Kč
Účetní odpis	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	44 000 Kč
Rezerva	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Celkem	220 192 Kč	220 166 Kč	220 139 Kč	220 113 Kč	220 087 Kč	220 061 Kč	220 035 Kč	220 009 Kč	219 983 Kč	219 957 Kč	219 931 Kč	263 905 Kč

Tabulka 11 Měsíční náklady za rok 2023, realistický scénář (vlastní zpracování)

Reálný scénář - měsíční náklady za rok 2024

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Náklady na propagaci	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Mzda	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP podniku za zaměstnance	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
Spotřeba energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Bankovní poplatek za vedení účtu	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Spotřeba materiálu	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč
Prodané zboží	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Úroky z úvěru	52 Kč	26 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Účetní odpis	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	44 000 Kč
Rezerva	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Celkem	219 879 Kč	219 853 Kč	219 827 Kč	219 827 Kč	219 827 Kč	219 827 Kč	219 827 Kč	219 827 Kč	219 827 Kč	219 827 Kč	219 827 Kč	263 827 Kč

Tabulka 12 Měsíční náklady za rok 2024, realistický scénář (vlastní zpracování)

4.7.4 Odhad tržeb a hospodářský výsledek

Provoz kavárny byl zahájen k 1.3.2022. V odhadu tržeb je zakalkulované také vstupné do kavárny v hodnotě 30 Kč za osobu, které je automaticky připsáno ke každému účtu za účelem pokrytí nákladů za péči o kočky. Predikce odhadu tržeb vychází z teoretické průměrné objednávky zákazníka, kterou tvoří káva, dezert či jiný drobný pokrm a nealkoholický nápoj nebo zakoupení pamlsků pro kočky. Kalkulace vychází z průměrných cen kávy, dezertů a pochutin a nealkoholických nápojů v rámci sortimentu kavárny. Na základě těchto faktorů podnik počítá s tržbou 230 Kč na jednoho zákazníka včetně vstupného.

Vzhledem k faktu, že kavárna zahajuje provoz na jaře po ukončení celostátních pandemických opatření pro stravovací i jiné podniky a také vlivem kvalitního marketingu, očekává kavárna zájem ze strany zákazníků již od samého počátku podnikání.

4.7.4.1 Realistický scénář

Realistická varianta odhadu tržeb počítá se 40 zákazníky každý den s průměrnou útratou 230 Kč včetně vstupného. Odhad tržeb se liší v jednotlivých měsících v závislosti na počtu pracovních dní v měsíci.

Měsíc (r. 2022)	Odhad tržeb	Hospodářský výsledek
Březen	285 200 Kč	-289 438 Kč
Duben	266 800 Kč	46 674 Kč
Květen	276 000 Kč	55 900 Kč
Červen	276 000 Kč	55 926 Kč
Červenec	285 200 Kč	65 152 Kč
Srpen	285 200 Kč	65 178 Kč
Září	266 800 Kč	46 804 Kč
Říjen	276 000 Kč	56 030 Kč
Listopad	276 000 Kč	56 056 Kč
Prosinec	257 600 Kč	15 682 Kč

Tabulka 13 Odhad tržeb 2022, realistický scénář (vlastní zpracování)

Jelikož již byly vyčísleny náklady i výnosy podniku, je již možné vypočítat hospodářský výsledek. Záporná hodnota hospodářského výsledku je přítomna pouze prvním měsíci, kdy byly zaznamenány jednorázové náklady spojené se zakládáním podnikání.

Nižší výsledek hospodaření je také zjevný v poslední měsíci v roce, kde jej ovlivňuje účetní odpis dlouhodobého majetku.

Z již vyčíslených nákladů a výnosů za rok 2022 jsem vypočítala výsledek hospodaření za rok 2022 v hodnotě 173 964 Kč, ze kterého byla vykalkulována daň 15 % v hodnotě 26 095 Kč. Jelikož slevu na dani tvoří částka vyšší než 15 % daň, zůstává konečná daň nulová.

Rok 2022	
Roční náklady	2 576 836 Kč
Roční výnosy	2 750 800 Kč
Celkem HV	173 964 Kč
Daň 15 %	26 095 Kč
Sleva na dani	30 840 Kč
Konečná daň	0 Kč

Tabulka 14 Výsledky hospodaření 2022, realistický scénář (vlastní zpracování)

Údaje za roky 2023 a 2024 budou data promítány pouze na roční bázi, nikoli měsíční. S časovou posloupností se snižuje nákladová vytiženost na splácení úvěru. Narozdíl od roku 2022 neovlivnily výsledek hospodaření v roce 2023 nezbytné náklady na založení podniku. V roce 2023 však došlo k navýšení sazby odpisů dlouhodobého majetku z 20 % na 40 %, která bude platit i v roce 2024.

Rok 2023	
Roční náklady	2 684 578 Kč
Roční výnosy	3 284 400 Kč
Celkem HV	599 822 Kč
Daň 15 %	89 973 Kč
Sleva na dani	30 840 Kč
Konečná daň	59 133 Kč

Tabulka 15 Výsledky hospodaření 2023, realistický scénář (vlastní zpracování)

V březnu 2024 bude již splacen úvěr, který byl poskytnut při počátku hospodaření. V roce 2024 bude také účetně odepsán dlouhodobý majetek podniku. Je zjevné, že v rámci realistického scénáře má podnik kladný hospodářský výsledek již od druhého měsíce hospodaření a s každým dalším rokem je hospodářský výsledek vyšší.

Rok 2024	
Roční náklady	2 682 002 Kč
Roční výnosy	3 284 400 Kč
Celkem HV	602 398 Kč
Daň 15 %	90 360 Kč
Sleva na dani	30 840 Kč
Konečná daň	59 520 Kč

Tabulka 16 Výsledky hospodaření 2024, realistický scénář (vlastní zpracování)

4.7.4.2 Optimistický scénář

Optimistická varianta počítá s 50 zákazníky každý den se stejnou útratou jako v ostatních variantách, tedy 230 Kč. V závislosti na vyšší objem prodeje rostou jak náklady na spotřebu materiálu a zboží, tak výnosy.

I přes vyšší tržby je stejně jako v realistickém scénáři výsledek hospodaření v prvním měsíci podnikání záporný. Růst tržeb nicméně významně ovlivňuje roční hospodářský výsledek, který má za rok 2022 hodnotu 561 664 Kč. S vyšším kladným výsledkem hospodaření souvisí i platba daně, kterou tvoří položka 53 410 Kč, na rozdíl od realistického scénáře, kde v prvním roce hospodaření byla sleva vyšší než samotná daň. Měsíční rozpisy tržeb a výsledku hospodaření jsou zaznamenány v tabulce 17.

Měsíc (r. 2022)	Tržby	Hospodářský výsledek
Březen	356 500 Kč	-248 138 Kč
Duben	333 500 Kč	83 374 Kč
Květen	345 000 Kč	94 900 Kč
Červen	345 000 Kč	94 926 Kč
Červenec	356 500 Kč	106 452 Kč
Srpen	356 500 Kč	106 478 Kč
Září	333 500 Kč	83 504 Kč
Říjen	345 000 Kč	95 030 Kč
Listopad	345 000 Kč	95 056 Kč
Prosinec	322 000 Kč	50 082 Kč

Tabulka 17 Odhad tržeb za rok 2022, optimistický scénář (vlastní zpracování)

Rok 2022	
Roční náklady	2 876 836 Kč
Roční výnosy	3 438 500 Kč
Celkem HV	561 664 Kč
Daň 15 %	84 250 Kč
Sleva na dani	30 840 Kč
Konečná daň	53 410 Kč

Tabulka 18 Výsledky hospodaření 2022, optimistický scénář (vlastní zpracování)

V rámci optimistického scénáře v letech 2023 a 2024 byl výsledek hospodaření vykalkulován na částku přesahující 1 milion Kč. S tím souvisí i vyšší částky zaplacené na dani.

Rok 2023	
Roční náklady	3 044 578 Kč
Roční výnosy	4 105 500 Kč
Celkem HV	1 060 922 Kč
Daň 15 %	159 138 Kč
Sleva na dani	30 840 Kč
Konečná daň	128 298 Kč

Tabulka 19 Výsledky hospodaření 2023, optimistický scénář (vlastní zpracování)

Rok 2024	
Roční náklady	3 042 002 Kč
Roční výnosy	4 105 500 Kč
Celkem HV	1 063 498 Kč
Daň 15 %	159 525 Kč
Sleva na dani	30 840 Kč
Konečná daň	128 685 Kč

Tabulka 20 Výsledky hospodaření 2024, optimistický scénář (vlastní zpracování)

4.7.4.3 Pesimistický scénář

V rámci pesimistické varianty průběhu podnikání počítá podnik denně s 30 hosty se stejnou objednávkou jako ve variantách přechozích. Měsíční přehled tržeb a výsledku hospodaření je k dispozici v tabulce 21.

Měsíc (r. 2022)	Tržby	Hospodářský výsledek
Březen	213 900 Kč	-327 488 Kč
Duben	200 100 Kč	13 224 Kč
Květen	207 000 Kč	20 150 Kč
Červen	207 000 Kč	20 176 Kč
Červenec	213 900 Kč	27 102 Kč
Srpen	213 900 Kč	27 128 Kč
Září	200 100 Kč	13 354 Kč
Říjen	207 000 Kč	20 280 Kč
Listopad	207 000 Kč	20 306 Kč
Prosinec	193 200 Kč	-15 468 Kč

Tabulka 21 Odhad tržeb za rok 2022, pesimistický scénář (vlastní zpracování)

V prvním roce podnikání byla zjištěna záporná hodnota celkového výsledku hospodaření v důsledku počátečních nákladů pro zahájení podnikání.

Rok 2022	
Roční náklady	2 244 336 Kč
Roční výnosy	2 063 100 Kč
Celkem HV	- 181 236 Kč
Daň 15 %	0 Kč
Sleva na dani	0 Kč
Konečná daň	0 Kč

Tabulka 22 Výsledky hospodaření 2022, pesimistický scénář (vlastní zpracování)

V letech 2023 a 2024 je již výsledek hospodaření kladný, ale ve srovnání s realistickou variantou je výrazně nižší.

Rok 2023	
Roční náklady	2 285 578 Kč
Roční výnosy	2 463 300 Kč
Celkem HV	177 722 Kč
Daň 15 %	26 658 Kč
Sleva na dani	30 840 Kč
Konečná daň	0 Kč

Tabulka 23 Výsledky hospodaření 2023, pesimistický scénář (vlastní zpracování)

Rok 2024	
Roční náklady	2 283 002 Kč
Roční výnosy	2 463 300 Kč
Celkem HV	180 298 Kč
Daň 15 %	27 045 Kč
Sleva na dani	30 840 Kč
Konečná daň	0 Kč

Tabulka 24Výsledky hospodaření 2024, pesimistický scénář (vlastní zpracování)

4.7.5 Výkaz zisku a ztráty

K prezentaci vývoje zisku a ztráty bude analyzován vývoj podnikání opět ve třech scénářích. Od každé varianty bude prezentován pouze výkaz ze třetího roku podnikání, tedy za rok 2024.

Odhadované tržby a náklady prezentuje výkaz zisku a ztráty. Pro lepší orientaci ve výkazu budou u jednotlivých částí vyjmenovány konkrétní položky, které výkaz zahrnuje. Výnosy jsou zde rozděleny na tržby za zboží (zákusky, nápoje, pamlsky pro kočky) a tržby z prodeje výrobků a služeb (káva, domácí limonády). Položka výkonová spotřeba reprezentuje spotřebu materiálu, energii, služby a prodané zboží. Ostatní provozní náklady tvoří položka pojištění odpovědnosti. Mezi osobní náklady byly zařazeny mzdy a pojistné z mezd. Úpravy hodnot v provozní oblasti odpovídají hodnotě účetním odpisům dlouhodobého majetku. Finanční náklady definují hodnotu úroků z úvěru a bankovních poplatků.

4.7.5.1 Realistický scénář

Zpracováno v souladu s vyhláškou č. 500/2002 Sb. ve znění pozdějších předpisů		VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY		Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky	
		31.12.2024		Kočíčí kavárna	
		Realistický scénář		Lily's Café	
		IČ		Sídlo, bydliště nebo místo podnikání účetní jednotky	
		25 59 66 41		Karlovo náměstí 41	
				Třebíč	
				674 01	
Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu - druhové členění					
Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období		
			sledovaném 1	minulém 2	
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	01	1 322 400	1 322 400	
II.	Tržby za prodej zboží	02	1 962 000	1 962 000	
A.	Výkonová spotřeba	03	2 187 624	2 187 624	
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	04			
C.	Aktivace	05			
D.	Osobní náklady	06	433 512	433 512	
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	07	44 000	44 000	
III.	Ostatní provozní výnosy	08			
F.	Ostatní provozní náklady	09	15 600	15 600	
	Provozní výsledek hospodaření	10	603 664	603 664	
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly	11			
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	12			
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	13			
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	14			
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	15			
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	16			
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	17	78	2 654	
VII.	Ostatní finanční výnosy	18			
K.	Ostatní finanční náklady	19	1 188	1 188	
	Finanční výsledek hospodaření	20	-1 266	-3 842	
	Výsledek hospodaření před zdaněním	21	602 398	599 822	
L.	Daň z příjmů	22	90 360	89 973	
	Výsledek hospodaření po zdanění	23	512 038	509 849	
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům	24			
	Výsledek hospodaření za účetní období	25	512 038	509 849	
	Čistý obrat za účetní období = I. + II. + III. + IV. + V. + VI. + VII.	26	3 284 400	3 284 400	

Tabulka 25 Výkaz zisku a ztráty za rok 2024, realistický scénář (zdroj: www.uctovani.net/, vlastní zpracování)

4.7.5.2 Optimistický scénář

Zpracováno v souladu s vyhláškou č. 500/2002 Sb. ve znění pozdějších předpisů		VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY		Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky	
		31.12.2024		Kočíčův kavárna	
		Optimistický scénář		Lily's Café	
		IČ		Sídlo, bydliště nebo místo podnikání účetní jednotky	
		25 59 66 41		Karlovo náměstí 41	
				Třebíč	
				674 01	
Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu - druhové členění					
Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období		
			sledovaném 1	minulém 2	
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	01	1 573 500	1 573 500	
II.	Tržby za prodej zboží	02	2 532 000	2 532 000	
A.	Výkonová spotřeba	03	2 547 624	2 547 624	
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	04			
C.	Aktivace	05			
D.	Osobní náklady	06	433 512	433 512	
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	07	44 000	44 000	
III.	Ostatní provozní výnosy	08			
F.	Ostatní provozní náklady	09	15 600	15 600	
	Provozní výsledek hospodaření	10	1 064 764	1 064 764	
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly	11			
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	12			
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	13			
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	14			
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	15			
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	16			
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	17	78	2 654	
VII.	Ostatní finanční výnosy	18			
K.	Ostatní finanční náklady	19	1 188	1 188	
	Finanční výsledek hospodaření	20	-1 266	-3 842	
	Výsledek hospodaření před zdaněním	21	1 063 498	1 060 922	
L.	Daň z příjmů	22	159 525	159 138	
	Výsledek hospodaření po zdanění	23	903 973	901 784	
M.	Převod podílů na výsledku hospodaření společníkům	24			
	Výsledek hospodaření za účetní období	25	903 973	901 784	
	Čistý obrát za účetní období = I. + II. + III. + IV. + V. + VI. + VII.	26	4 105 500	4 105 500	

Tabulka 26 Výkaz zisku a ztráty za rok 2024, optimistický scénář (zdroj:www.uctovani.net, vlastní zpracování)

4.7.5.3 Pesimistický scénář

Zpracováno v souladu s vyhláškou č. 500/2002 Sb. ve znění pozdějších předpisů		VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY		Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky	
		31.12.2024		Kočíči kavárna	
		Pesimistický scénář		Lily's Café	
		IČ		Sídlo, bydliště nebo místo podnikání účetní jednotky	
		25 59 66 41		Karlovo náměstí 41	
				Třebíč	
				674 01	
Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu - druhové členění					
Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období		
			sledovaném 1	minulém 2	
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	01	1 059 300	1 059 300	
II.	Tržby za prodej zboží	02	1 404 000	1 404 000	
A.	Výkonová spotřeba	03	1 788 624	1 788 624	
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	04			
C.	Aktivace	05			
D.	Osobní náklady	06	433 512	433 512	
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	07	44 000	44 000	
III.	Ostatní provozní výnosy	08			
F.	Ostatní provozní náklady	09	15 600	15 600	
	Provozní výsledek hospodaření	10	181 564	181 564	
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly	11			
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	12			
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	13			
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	14			
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	15			
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	16			
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	17	78	2 654	
VII.	Ostatní finanční výnosy	18			
K.	Ostatní finanční náklady	19	1 188	1 188	
	Finanční výsledek hospodaření	20	-1 266	-3 842	
	Výsledek hospodaření před zdaněním	21	180 298	177 722	
L.	Daň z příjmů	22	27 045	26 658	
	Výsledek hospodaření po zdanění	23	153 253	151 064	
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům	24			
	Výsledek hospodaření za účetní období	25	153 253	151 064	
	Čistý obrát za účetní období = I. + II. + III. + IV. + V. + VI. + VII.	26	2 463 300	2 463 300	

Tabulka 27 Výkaz zisku a ztráty za rok 2024, pesimistický scénář (zdroj: www.uctovani.net, vlastní zpracování)

4.7.6 Cash Flow

U předkládaného projektu bude důležité za pomoci cash flow namodelovat peněžní toky v prvních letech podnikání a tím eliminovat možné hrozby a rizika. Podnik začíná s finanční částkou 550 000 Kč a veškerý drobný majetek bude pořízen v prvním měsíci podnikání. Oproti měsíčním nákladům se v cash flow projeví minimální zálohy OSVČ na zdravotní a sociální pojištění odměna pro podnikatelku v hodnotě 30 000 Kč. V dalších letech se v realistickém a optimistickém scénáři také projevuje navýšení odvodů za zdravotní a sociální pojištění OSVČ, které se navyšují v důsledku výše hospodářského výsledku. V tomto případě bylo nutné vypočítat nedoplatky u zdravotní pojišťovny a ČSSZ. Zároveň je nezbytné v rámci těchto scénářů odvádět daň z příjmů OSVČ a počítat se zálohami na daň z příjmů.

Výše záloh za jednotlivé měsíce v průběhu tří let podnikání je zaznamenána v tabulkách níže:

Zálohy na zdravotní pojištění (realistický scénář)												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
2022			2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč
2023	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč
2024	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	3 374 Kč	3 374 Kč	3 374 Kč	3 374 Kč	3 374 Kč	3 374 Kč	3 374 Kč	3 374 Kč

Tabulka 28 Zálohy na zdravotní pojištění, realistický scénář (vlastní zpracování)

Zálohy na sociální pojištění (realistický scénář)												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
2022			2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč
2023	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč
2024	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	2 841 Kč	7 298 Kč	7 298 Kč	7 298 Kč	7 298 Kč	7 298 Kč	7 298 Kč	7 298 Kč	7 298 Kč

Tabulka 29 Zálohy na sociální pojištění, realistický scénář (vlastní zpracování)

Detailní měsíční položky v rámci cash flow jsou promítány za roky 2022, 2023 a 2024. Dle výsledků peněžních toků v realistické variantě mohu konstatovat, že investice je výdělečná.

4.7.6.1 Optimistický scénář

Stejně jako u realistického scénáře, bylo zapotřebí dopočítat zálohy na zdravotní a sociální pojištění. V tomto případě byly zálohy navýšeny již ve druhém roce podnikání. Výše záloh za jednotlivé měsíce v průběhu tří let podnikání je zaznamenána v tabulkách níže.

Zálohy na zdravotní pojištění - optimistický scénář												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
2022			2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč
2023	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	3 160 Kč	3 160 Kč	3 160 Kč	3 160 Kč	3 160 Kč	3 160 Kč	3 160 Kč	3 160 Kč
2024	3 160 Kč	3 160 Kč	3 160 Kč	3 160 Kč	5 968 Kč	5 968 Kč	5 968 Kč	5 968 Kč	5 968 Kč	5 968 Kč	5 968 Kč	5 968 Kč

Tabulka 30 Zálohy na zdravotní pojištění, optimistický scénář (vlastní zpracování)

Zálohy na sociální pojištění - optimistický scénář												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
2022			2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč
2023	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	2 627 Kč	6 834 Kč	6 834 Kč	6 834 Kč	6 834 Kč	6 834 Kč	6 834 Kč	6 834 Kč	6 834 Kč
2024	6 834 Kč	6 834 Kč	6 834 Kč	6 834 Kč	12 908 Kč	12 908 Kč	12 908 Kč	12 908 Kč	12 908 Kč	12 908 Kč	12 908 Kč	12 908 Kč

Tabulka 31 Tabulka 31 Zálohy na sociální pojištění, optimistický scénář (vlastní zpracování)

Detailní měsíční položky v rámci cash flow pro optimistický scénář jsou promítány za roky 2022, 2023 a 2024 v přílohách. Dle výsledků peněžních toků v optimistické variantě mohu konstatovat, že investice je opět výdělečná.

4.7.6.2 Pesimistický scénář

V případě, že by průběh podnikání následoval směr pesimistického scénáře, dostal by se podnik ve 2. roce do platební neschopnosti, která se projeví zápornými čísly peněžního toku. Po prvních dvou měsících byla snížena odměna podnikatelky na polovinu, tedy na 15 000 Kč. I přesto se však podnik dostal do finančních problémů. Při této variantě by bylo nutné získat dodatečné finanční prostředky pro zachování kladných čísel peněžního toku. Detailní průběh peněžního toku v jednotlivých letech je k dispozici v tabulkách.

Cash flow - příjmy za rok 2022 (realistický scénář)										
	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Stav na BÚ	550 000 Kč	110 927 Kč	117 966 Kč	134 231 Kč	150 522 Kč	176 039 Kč	201 582 Kč	208 751 Kč	225 146 Kč	241 567 Kč
Měsíční tržby	285 200 Kč	266 800 Kč	276 000 Kč	276 000 Kč	285 200 Kč	285 200 Kč	266 800 Kč	276 000 Kč	276 000 Kč	257 600 Kč
Příjmy celkem	835 200 Kč	377 727 Kč	393 966 Kč	410 231 Kč	435 722 Kč	461 239 Kč	468 382 Kč	484 751 Kč	501 146 Kč	499 167 Kč
Cash flow - výdaje za rok 2022 (realistický scénář)										
Oběžný majetek	347 706 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Marketing	18 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Stavební úpravy	60 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Mzda - výplata + odvody	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP zaměstnanců	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
SP a ZP podnikatelky	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč
Záloha na energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Poplatek za ŽO	1 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Tvorba webové stránky	16 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Vedení účtu	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Účetní software	11 980 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Nákup materiálu	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč
Nákup zboží	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč
Wifi	2 500 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Reklamní tabule	9 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Splátka úvěru	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč
Úroky z úvěru	625 Kč	599 Kč	573 Kč	547 Kč	521 Kč	495 Kč	469 Kč	443 Kč	417 Kč	391 Kč
Odměna podnikatelky	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč
Rezerva	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Výdaje celkem	724 273 Kč	259 761 Kč	259 735 Kč	259 709 Kč	259 683 Kč	259 657 Kč	259 631 Kč	259 605 Kč	259 579 Kč	259 553 Kč
Konečný stav	110 927 Kč	117 966 Kč	134 231 Kč	150 522 Kč	176 039 Kč	201 582 Kč	208 751 Kč	225 146 Kč	241 567 Kč	239 614 Kč

Tabulka 32 Cash flow 2022, realistický scénář (vlastní zpracování)

Cash flow - příjmy za rok 2023 (realistický scénář)												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Stav na BÚ	239 614 Kč	255 787 Kč	253 886 Kč	279 612 Kč	286 964 Kč	303 542 Kč	320 146 Kč	345 976 Kč	371 832 Kč	379 314 Kč	396 022 Kč	412 756 Kč
Příjmy - měsíční tržby	276 000 Kč	257 600 Kč	285 200 Kč	266 800 Kč	276 000 Kč	276 000 Kč	285 200 Kč	285 200 Kč	266 800 Kč	276 000 Kč	276 000 Kč	257 600 Kč
Příjmy celkem	515 614 Kč	513 387 Kč	539 086 Kč	546 412 Kč	562 964 Kč	579 542 Kč	605 346 Kč	631 176 Kč	638 632 Kč	655 314 Kč	672 022 Kč	670 356 Kč
Cash flow - výdaje za rok 2023 (realistický scénář)												
Náklady na propagaci	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Mzda - výplata + odvody	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP zaměstnanců	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
SP a ZP podnikatelky	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč
Záloha na energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Bankovní poplatek	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Nákup materiálu	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč
Nákup zboží	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Splátka úvěru	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč
Úroky z úvěru	365 Kč	339 Kč	312 Kč	286 Kč	260 Kč	234 Kč	208 Kč	182 Kč	156 Kč	130 Kč	104 Kč	78 Kč
Odměna podnikatelky	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč
Ostatní (rezerva)	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Výdaje celkem	259 827 Kč	259 501 Kč	259 474 Kč	259 448 Kč	259 422 Kč	259 396 Kč	259 370 Kč	259 344 Kč	259 318 Kč	259 292 Kč	259 266 Kč	259 240 Kč
Konečný stav	255 787 Kč	253 886 Kč	279 612 Kč	286 964 Kč	303 542 Kč	320 146 Kč	345 976 Kč	371 832 Kč	379 314 Kč	396 022 Kč	412 756 Kč	411 116 Kč

Tabulka 33 Cash flow 2023, realistický scénář (vlastní zpracování)

Cash flow - příjmy za rok 2024 (realistický scénář)												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Stav na BÚ	411 116 Kč	427 602 Kč	426 014 Kč	397 086 Kč	335 508 Kč	351 309 Kč	343 456 Kč	368 457 Kč	393 458 Kč	400 059 Kč	415 860 Kč	431 661 Kč
Příjmy - měsíční tržby	276 000 Kč	257 600 Kč	285 200 Kč	266 800 Kč	276 000 Kč	276 000 Kč	285 200 Kč	285 200 Kč	266 800 Kč	276 000 Kč	276 000 Kč	257 600 Kč
Příjmy celkem	687 116 Kč	685 202 Kč	711 214 Kč	663 886 Kč	611 508 Kč	627 309 Kč	628 656 Kč	653 657 Kč	660 258 Kč	676 059 Kč	691 860 Kč	689 261 Kč
Cash flow - výdaje za rok 2024 (realistický scénář)												
Náklady na propagaci	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Mzda - výplata + odvody	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP podniku za zaměstnance	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
SP a ZP podnikatelky -	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	78 851 Kč	10 672 Kč	10 672 Kč	10 672 Kč	10 672 Kč	10 672 Kč	10 672 Kč	10 672 Kč	10 672 Kč
DPFO			59 133 Kč			23 654 Kč						23 654 Kč
Záloha na energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Bankovní poplatek za vedení účtu	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Nákup materiálu	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč
Nákup zboží	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč	97 500 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesiářský poplatek	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Splátka úvěru	4 167 Kč	4 167 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Úroky z úvěru	52 Kč	26 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Odměna podnikatelky	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč
Ostatní (rezerva)	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Výdaje celkem	259 514 Kč	259 188 Kč	314 128 Kč	328 378 Kč	260 199 Kč	283 853 Kč	260 199 Kč	260 199 Kč	260 199 Kč	260 199 Kč	260 199 Kč	283 853 Kč
Konečný stav	427 602 Kč	426 014 Kč	397 086 Kč	335 508 Kč	351 309 Kč	343 456 Kč	368 457 Kč	393 458 Kč	400 059 Kč	415 860 Kč	431 661 Kč	405 408 Kč

Tabulka 34 Cash flow 2024, realistický scénář (vlastní zpracování)

Cash flow - příjmy za rok 2022 (pesimistický scénář)										
	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Stav na BÚ	550 000 Kč	75 877 Kč	52 466 Kč	50 981 Kč	49 522 Kč	54 989 Kč	60 482 Kč	52 201 Kč	50 846 Kč	49 517 Kč
Příjmy - měsíční tržby	213 900 Kč	200 100 Kč	207 000 Kč	207 000 Kč	213 900 Kč	213 900 Kč	200 100 Kč	207 000 Kč	207 000 Kč	193 200 Kč
Příjmy celkem	763 900 Kč	275 977 Kč	259 466 Kč	257 981 Kč	263 422 Kč	268 889 Kč	260 582 Kč	259 201 Kč	257 846 Kč	242 717 Kč
Cash flow - výdaje za rok 2022 (pesimistický scénář)										
Oběžný majetek	347 706 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Náklady na propagaci	18 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Stavební úpravy	60 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Mzda - výplata + odvody	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP podniku za zaměstnance	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
SP a ZP podnikatelky - zálohy	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč
Záloha na energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Poplatek za živnostenské oprávnění	1 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Tvorba webové stránky	16 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Bankovní poplatky	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Účetní software Pohoda	11 980 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Nákup materiálu	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč
Nákup zboží	67 500 Kč	67 500 Kč	67 500 Kč	67 500 Kč	67 500 Kč	67 500 Kč	67 500 Kč	67 500 Kč	67 500 Kč	67 500 Kč
Wifi	2 500 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Reklamní tabule	9 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Splátka úvěru	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč
Úroky z úvěru	625 Kč	599 Kč	573 Kč	547 Kč	521 Kč	495 Kč	469 Kč	443 Kč	417 Kč	391 Kč
Odměna podnikatelky	30 000 Kč	30 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč
Rezerva	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Výdaje celkem	688 023 Kč	223 511 Kč	208 485 Kč	208 459 Kč	208 433 Kč	208 407 Kč	208 381 Kč	208 355 Kč	208 329 Kč	208 303 Kč
Konečný stav	75 877 Kč	52 466 Kč	50 981 Kč	49 522 Kč	54 989 Kč	60 482 Kč	52 201 Kč	50 846 Kč	49 517 Kč	34 414 Kč

Tabulka 35 Cash flow 2022, pesimistický scénář (vlastní zpracování)

Cash flow - příjmy za rok 2023 (pesimistický scénář)

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Stav na BÚ	34 414 Kč	29 837 Kč	11 786 Kč	14 462 Kč	3 364 Kč	-808 Kč	-4 954 Kč	-2 174 Kč	632 Kč	-10 336 Kč	-14 378 Kč	-18 394 Kč
Příjmy - měsíční tržby	207 000 Kč	193 200 Kč	213 900 Kč	200 100 Kč	207 000 Kč	207 000 Kč	213 900 Kč	213 900 Kč	200 100 Kč	207 000 Kč	207 000 Kč	193 200 Kč
Příjmy celkem	241 414 Kč	223 037 Kč	225 686 Kč	214 562 Kč	210 364 Kč	206 192 Kč	208 946 Kč	211 726 Kč	200 732 Kč	196 664 Kč	192 622 Kč	174 806 Kč

Cash flow - výdaje za rok 2023 (pesimistický scénář)

Náklady na propagaci	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Mzda - výplata + odvody	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP podniku za zaměstnance	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
SP a ZP podnikatelky - minimální zálohy	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč
Záloha na energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Bankovní poplatek za vedení účtu	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Nákup materiálu	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč
Nákup zboží	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Splátka úvěru	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč
Úroky z úvěru	365 Kč	339 Kč	312 Kč	286 Kč	260 Kč	234 Kč	208 Kč	182 Kč	156 Kč	130 Kč	104 Kč	78 Kč
Odměna podnikatelky	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč
Ostatní (rezerva)	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Výdaje celkem	211 577 Kč	211 251 Kč	211 224 Kč	211 198 Kč	211 172 Kč	211 146 Kč	211 120 Kč	211 094 Kč	211 068 Kč	211 042 Kč	211 016 Kč	210 990 Kč
Konečný stav	29 837 Kč	11 786 Kč	14 462 Kč	3 364 Kč	-808 Kč	-4 954 Kč	-2 174 Kč	632 Kč	-10 336 Kč	-14 378 Kč	-18 394 Kč	-36 184 Kč

Tabulka 36 Cash flow 2023, pesimistický scénář (vlastní zpracování)

Cash flow - příjmy za rok 2024 (pesimistický scénář)												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Stav na BÚ	- 36 184 Kč	- 40 448 Kč	- 58 186 Kč	- 51 031 Kč	- 57 676 Kč	- 57 421 Kč	- 57 166 Kč	- 50 011 Kč	- 42 856 Kč	- 49 501 Kč	- 49 246 Kč	- 48 991 Kč
Příjmy - měsíční tržby	207 000 Kč	193 200 Kč	213 900 Kč	200 100 Kč	207 000 Kč	207 000 Kč	213 900 Kč	213 900 Kč	200 100 Kč	207 000 Kč	207 000 Kč	193 200 Kč
Příjmy celkem	170 816 Kč	152 752 Kč	155 714 Kč	149 069 Kč	149 324 Kč	149 579 Kč	156 734 Kč	163 889 Kč	157 244 Kč	157 499 Kč	157 754 Kč	144 209 Kč
Cash flow - výdaje za rok 2024 (pesimistický scénář)												
Náklady na propagaci	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Mzda	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP za zaměstnance	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
SP a ZP podnikatelky	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč
Záloha na energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Bankovní poplatek za vedení účtu	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Nákup materiálu	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč	18 750 Kč
Nákup zboží	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč	70 500 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářský poplatek	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Splátka úvěru	4 167 Kč	4 167 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Úroky z úvěru	52 Kč	26 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Odměna podnikatelky	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč
Ostatní (rezerva)	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Výdaje celkem	211 264 Kč	210 938 Kč	206 745 Kč	206 745 Kč	206 745 Kč	206 745 Kč	206 745 Kč	206 745 Kč	206 745 Kč	206 745 Kč	206 745 Kč	206 745 Kč
Konečný stav	- 40 448 Kč	- 58 186 Kč	- 51 031 Kč	- 57 676 Kč	- 57 421 Kč	- 57 166 Kč	- 50 011 Kč	- 42 856 Kč	- 49 501 Kč	- 49 246 Kč	- 48 991 Kč	- 62 536 Kč

Tabulka 37 Cash flow 2024, pesimistický scénář (vlastní zpracování)


4.8 Hodnocení rizik a jejich eliminace

Při identifikaci rizik vycházím z již vytvořené SWOT analýzy a v ní zjištěných hrozeb pro podnik. Tato rizika budou dále hodnocena na stupnici od 1 do 5 na základě vážnosti daného vlivu na podnikání, kdy 1 představuje pouze zanedbatelný vliv a 5 významný vliv na podnik. Dále je ke každému riziku uvedena míra pravděpodobnosti, s jakou dané jev může nastat. K vyhodnocení těchto pravděpodobností je využita stupnice A-E, kdy A značí velmi nízkou pravděpodobnost výskytu a E vysokou pravděpodobnost výskytu jevu. Podle identifikovaných a zjištěných rizik jsou v tabulce 38 identifikována rizika s navrženými opatřeními a v tabulce 39 přehledná mapa, jak vážné riziko představují pro podnik z hlediska důsledků a pravděpodobností, se kterou mohou nastat.

Označení	Identifikace rizika	Důsledky	Pravděpodobnost	Eliminace
1R	Provozní omezení kvůli pandemii	3	B	Dodržování zásad a opatření proti šíření nemoci (respirátory, desinfekce, rozestupy)
2R	Nová konkurence	3	D	Optimalizace marketingu, lepší ceny než konkurence, vybudování si stálé klientely
3R	Nezájem ze strany zákazníků	5	C	Optimalizace marketingu
4R	Přechod zákazníků ke konkurenci	4	A	Nabízení kvalitního servisu a produktů za dostupnou cenu, zajímavé doprovodné programy, důraz na příjemnou atmosféru
5R	Onemocnění zvířat	3	A	Preventivní prohlídky veterinářem, důraz na hygienu a kvalitní péči, apel na dezinfekci rukou před kontaktem s kočkami ze strany zákazníků.
6R	Vypovězení nájemní smlouvy	5	A	Řádná komunikace s majitelem, včasné platby
7R	Pohloubení hospodářské krize	3	D	Včasná reakce na ekonomická rizika

Tabulka 38 Vyhodnocení rizik a návrhy eliminace (vlastní zpracování)

Mapa rizik					
5	6R		3R		
4	4R				
3	5R	1R		2R, 7R	
2					
1					
	A	B	C	D	E



- extrémní
- vysoká
- střední
- nízká
- minimální

Tabulka 39 Mapa rizik podnikání (vlastní zpracování)

Prostřednictvím hodnocení rizik bylo zjištěno, že vysoká rizika pro podnik byla identifikována pouze dvě. Prvním z nich je vstup nové konkurence na trh. Jak již bylo zmíněno, na Vysočině se bude jednat pouze o druhou kočičí kavárnu a jedinou v okrese Třebíč. Trh se zvířecími kavárnami či jinými stravovacími zařízeními v dané lokalitě tedy není nasycen a místním podnikatelům se tedy nabízí atraktivní příležitost na nový projekt. Je důležité, aby podnikatel sledoval svou konkurenci a byl schopen na ni náležitým způsobem reagovat. Před konkurencí se lze bránit kvalitou vlastních služeb, lepší cenou, příjemným vystupováním zaměstnanců, správnou propagací a obecně lepším servisem, než nabízí konkurence.

Dalším vážným identifikovaným rizikem pro podnik je prohlubování současné hospodářské krize. Podobná ekonomická rizika nelze vysloveně eliminovat, neboť jej způsobují faktory mimo kontrolu podniku. Rekordně se zvyšující ceny energií, růst inflace a růst cen nemovitostí a nájmu – všechna tato ekonomická rizika je třeba včas zaregistrovat a neprodleně je promítnout v cenách nabízených produktů, aby se podnik vyvaroval možným ztrátám.

5 Zhodnocení předloženého projektu

Primárním cílem diplomové práce bylo zpracování komplexního podnikatelského projektu na založení kočičí kavárny ve městě Třebíč tak, aby byl realizovatelný a udržitelný. Dílčími cíli je provést analýzu podnikatelského prostředí, ve kterém bude podnik provozován a vytvoření obchodního, marketingového a finančního plánu.

5.1 Vyhodnocení konkurenčního prostředí

V rámci podnikatelského projektu bylo analyzováno konkurenční okolí nově založeného podniku. Bylo zjištěno, že kočičí kavárna nemá v bezprostředním okolí přímou konkurenci. V kraji Vysočina se nachází pouze jedna další kočičí kavárna, a to v Jihlavě, zhruba 40 kilometrů od Třebíče. Ač se kočičí kavárna v Jihlavě těší vysoké popularitě, podobný úspěch by mohl potkat i předkládaný projekt. Existence kočičí kavárny v Jihlavě by vzhledem k její vzdálenosti neměla být významným konkurenčním rizikem.

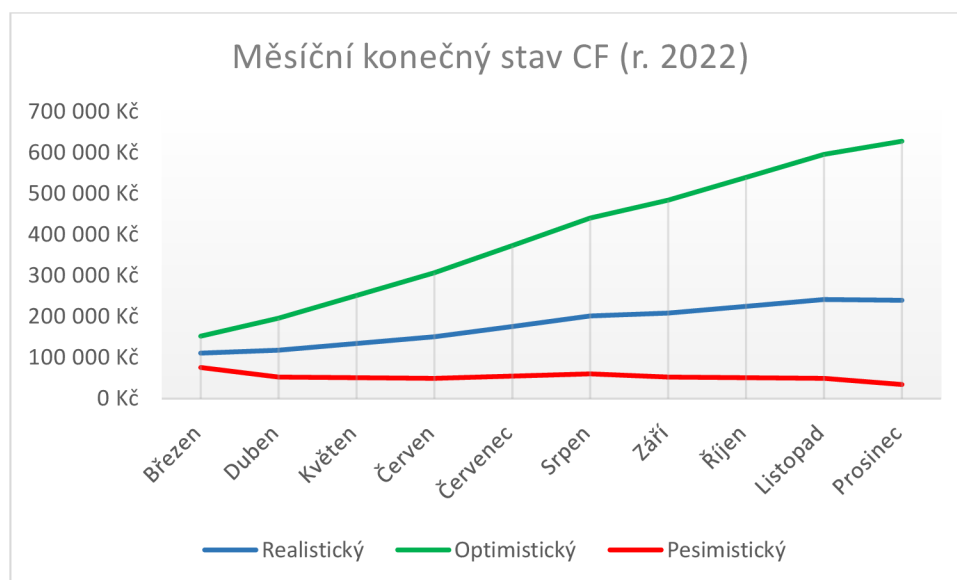
Klasické kavárny mohou pro nový podnik představovat riziko. Kočičí kavárna je ale odlišná a onen kočičí aspekt businessu je jeho klíčovou součástí. Jako autorka projektu předpokládám, že jakýkoli milovník koček nedá přednost lepší kávě či rozmanitější nabídce pokrmů v běžné kavárně, před relaxací u kávy a zákusku s kočkou na klíně. Děti budou při jarních rodinných procházkách prosit rodiče, aby se šli podívat na kočky v kavárně a dali si k tomu něco sladkého. Tento popisovaný segment jsou cíloví zákazníci, u kterých si chce podnik získat dobré jméno a vytvořit si tak stálou klientelu

5.2 Vyhodnocení finančního plánu

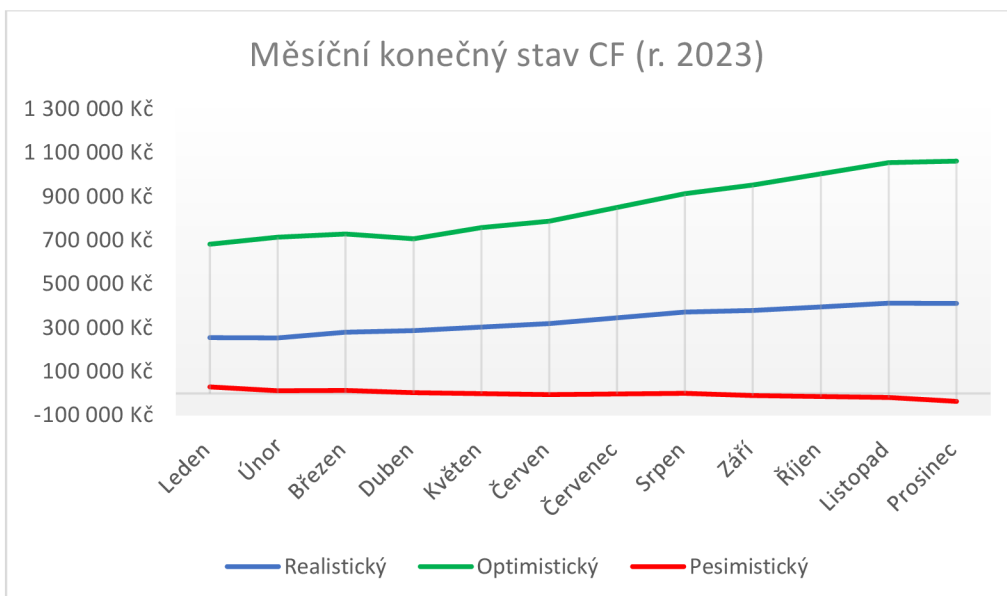
Finanční plán je nejdůležitější součástí podnikatelského plánu, která dokáže předpovědět úspěšnost podniku a napomoci včasné identifikovat možná rizika. V rámci finančního plánu bylo počítáno se třemi různými scénáři – realistický, optimistický a pesimistický. Varianty se mezi sebou lišily pouze v objemu prodeje, tržby za 1 potencionálního návštěvníka zůstaly stejné.

V realistické a optimistické variantě, které počítaly s 40 a 50 zákazníky na den, bylo zjištěno, že projekt je udržitelný a investice výdělečná. Pesimistický scénář, který počítal s návštěvností 30 hostů za den, došel k závěru, že při nižším objemu prodeje se podnik ve druhém roce může dostat do platební neschopnosti a bylo by zapotřebí dodatečných finančních prostředků, aby byla zachována kladná čísla v peněžním toku. V takovém případě by bylo zapotřebí také vynaložit další marketingové náklady pro inzerci a všeobecnou propagaci, aby se zvýšilo povědomí o existenci podniku a zvýšila se návštěvnost.

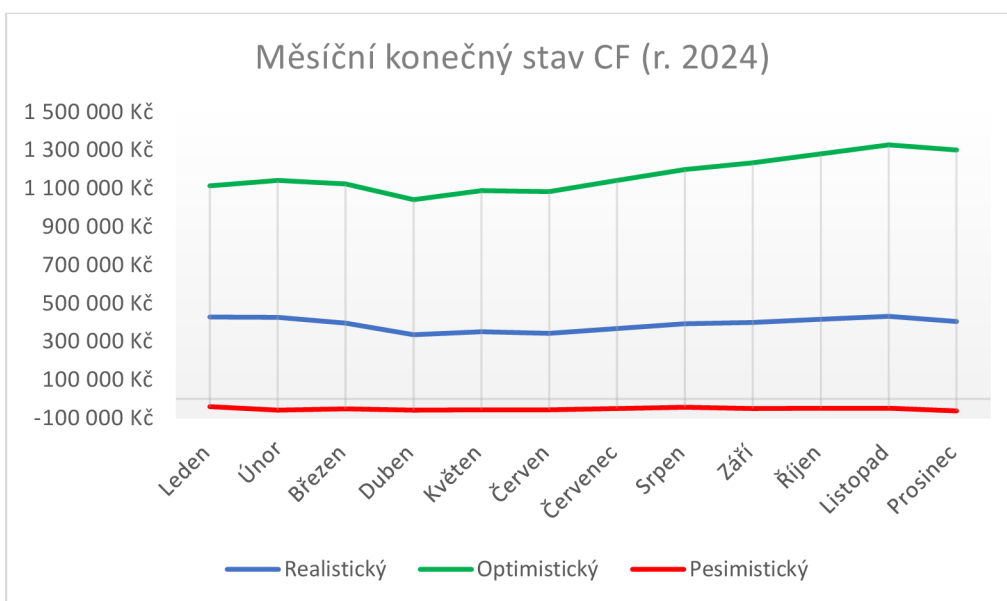
Všechny 3 scénáře jsou prezentovány v následujících grafech ve tříletém časovém horizontu jako projekce konečných částek peněžních toků na měsíční bázi.



Obrázek 8 Měsíční konečný stav cash flow 2022 (vlastní zpracování)



Tabulka 40 Měsíční konečný stav cash flow 2023 (vlastní zpracování)



Tabulka 41 Měsíční konečný stav cash flow 2024 (vlastní zpracování)

5.3 Rizikovost projektu

Nízká úroveň rizikovosti a následná udržitelnost projektu souvisí s uskutečněním podnikového projektu. V rámci analýzy rizik byla identifikovány činitelé s významným vlivem na podnikatelskou činnost. Českou republiku stejně jako většinu světa ovlivnila koronavirová epidemie, která během dvou let prohloubila ekonomickou krizi státu. Současná hospodářská krize může pro nový podnik znamenat nečekané náklady na zboží či energie.

Závislost České republiky na některých ruských a ukrajinských zdrojích způsobila růst jejich cen, který se projevil takřka ihned po začátku invaze Ruska na území Ukrajiny. Jelikož průběh současné situace na východě Evropy je nevyzpytatelný, není jednoduché určit váhu a dobu trvání jejich důsledků. V rámci finančního plánu byla ve všech scénářích zahrnuta položka rezerv v hodnotě 10 000 Kč, která by měla pokrýt nečekané náklady spojené se zvyšováním cen zboží, energií či jiných položek v důsledku krize.

Další riziko, které bylo identifikováno jako reálná hrozba pro podnik, byl vstup nové konkurence. Podnik je v rámci okresu ojedinělý a v celém kraji se nachází pouze jedna další kočičí kavárna. Nebylo by tedy překvapující, kdyby na třebečský trh vstoupila konkurenční firma se stejnou podnikatelskou činností. Vznik nové přímé konkurence by mohl představovat značné riziko pro podnik v podobě nižší návštěvnosti. V případě, že by se projevila vyjednávací síla zákazníků, podnik by musel přistoupit na novou cenovou politiku a zvážit nová marketingová opatření nebo dopřát zákazníkům kvalitnější produkt než konkurence.

Podnik počítá se všemi zmíněnými riziky jako reálnými hrozbami a přijme vůči nim opatření odpovídající úrovni jejich hrozby. V rámci finančního plánu byla ve všech scénářích zahrnuta položka rezerv v hodnotě 10 000 Kč, která by měla pokrýt nečekané náklady spojené se zvyšováním cen zboží, energií či jiných položek v důsledku krize. Vstupu nové konkurence podnik zabránit nemůže, může však zajistit spokojenost spotřebitelů skrze ceny, kvalitu produktů a celkové atmosféry prostředí podniku. Plánované organizování tematických doprovodných programů pro školy a školky může podniku zajistit stálé klienty u rodin s dětmi, kteří z určitých důvodů nemohou svým dětem dopřát domácího mazlíčka. Vzhledem ke zmiňovaným rizikům může být podnik definován jako projekt s nízkou úrovní rizika a byl vyhodnocen jako realizovatelný a zároveň udržitelný.

6 Závěr

Podnikatelský plán představuje důležitý strategický dokument, který podnikateli umožňuje nastítnit průběh podnikání, získat náskok před konkurenčními podniky a také identifikovat a eliminovat rizika a hrozby.

Primárním cílem této diplomové práce bylo vytvořit komplexní a realizovatelný podnikatelský plán pro založení kočičí kavárny ve městě Třebíč. Dílčími cíli bylo provést analýzu podnikatelského prostředí, ve kterém bude podnik provozovat svou činnost, vytvoření obchodního, marketingového a finančního plánu a zároveň vyhodnocení investice za pomoci analýzy rizikovosti.

Teoretická část práce má podobu kompilace poznatků získaných z odborné literatury dané problematiky s kombinací internetových zdrojů. Studium náležitostí podnikatelského plánu a jeho dílčích analýz je nezbytnou součástí pro úspěšné zahájení podnikání a zároveň pro kontrolu dosažení stanovených cílů. V první části práce byly definovány základní pojmy z oblasti podnikání, popsána struktura a náležitosti podnikatelského plánu. K vyhodnocení projektu bylo využito dílčích analýz, které jsou charakterizovány v literární rešerši.

Praktická část, kterou tvoří vlastní podnikatelský plán na založení kočičí kavárny, je zpracována z pohledu autorky projektu, jejíž předkládaný plán je zároveň jejím prvním krokem do podnikatelského světa. Potřebné know-how získala v rámci studia vysoké školy, prostřednictvím odborné literatury a také za pomoci rodiny a přátel, kteří mají v dané oblasti již zkušenosti.

V rámci analýzy konkurence byla identifikována ojedinělá podnikatelská příležitost založení podniku provozující hostinskou činnost ve společnosti koček. Kočičí kavárny se staly úspěšným fenoménem po celém světě a v posledních letech začaly vstupovat na trh i v České republice. Trh v této oblasti podnikání však není ani zdaleka nasycen a stále jsou kočičí kavárny v České republice ojedinělými podniky, které jsou k nalezení pouze ve větších městech. Předkládaný projekt má potenciál zaplnit tuto mezeru na trhu a vytvořit úspěšnou firmu bez přímé lokální konkurence.

Většina finančních prostředků byla v rámci investice vložena samotnou podnikatelkou. Pro založení podniku bylo zapotřebí i cizích zdrojů ve formě krátkodobého úvěru, který bude splacen za 2 roky od zahájení podnikání. Finanční plán včetně odhadů tržeb, nákladů a výkazu cash flow, byl zpracován ve tříletém časovém horizontu pro 3 různé scénáře průběhu podnikání vycházející z odlišných objemů produkce. V rámci realistického a optimistického scénáře, kde podnik počítal i s jistou finanční rezervou pro případné mimořádné náklady, bylo zjištěno, že podnik má charakter udržitelného a prosperujícího projektu vykazující zisk. Pesimistická varianta průběhu podnikání docílila negativnějších závěrů, kde se podnik dostal ve druhém roce do platební neschopnosti projevující se zápornými hodnotami ve výkazu cash flow. V tomto případě by bylo zapotřebí dodatečných peněžních prostředků, aby se firma opět dostala do kladných čísel peněžních toků. Této situaci lze přecházet následováním marketingové a obchodní strategie vytvořené v rámci předkládaného projektu, aby bylo eliminováno riziko nezájmu ze strany zákazníků.

V rámci analýzy rizik byly zmapovány hrozby s možným negativním vlivem na podnikatelskou činnost. Bylo vyhodnoceno, že investice představuje nízkou úroveň rizika zejména z důvodu absence konkurenčních podniků v dané lokalitě.

Po vypracování podnikatelského plánu, náležitých dílčích analýz a jejich vyhodnocení dynamickými metodami byl projekt vyhodnocen jako realizovatelný a udržitelný s nízkou hladinou rizika. Lze tedy konstatovat, že cíle práce byly splněny a podloženy dílčími analýzami.

Seznam použitých zdrojů

CROWDER, *Co je to crowdfunding?* [online]. 2016 [cit. 2022-01-22]. Dostupné z: <http://www.crowder.cz/#!co-je-to-crowdfunding/r2h6n>

ČADIL, H. *SWOT analýza* [online]. © 2011-2013. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <http://www.braintools.cz/swot-analyza.html>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Předběžný odhad HDP* [online]. 2021. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/predbezny-odhad-hdp-4-ctvrtleti-2021>

[cit. 2022-02-08].

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Indexy spotřebitelských cen a inflace* [online]. 2021. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/indexy-spotrebitelskych-cen-inflace-prosinec-2021> [cit. 2022-02-08].

FORET, M. *Marketing pro začátečníky*. Computer Press, a.s. 2010. 178 s. ISBN: 978- 80-251-1942-6.

FOTR, Jiří, SOUČEK, Ivan. *Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3293-0.

GRASSEOVÁ, M. a kol. *Analýza podniku v rukou manažera*. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2621-9

HISRICH, R. D. – PETERS, M.P. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6

HUČKA, Miroslav, Zuzana ČVANČAROVÁ a Jiří FRANEK. *Základy podnikání a podnikatelský proces*. Praha: Grada Publishing. Finanční řízení, 2021. ISBN 978-80-271-3041-2.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing: strategie a trendy*. Praha: Grada Publishing 2013. 2. rozš. vyd. 362 s. ISBN 978-80-247-4670-8.

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

KORÁB, V., MIHALISKO, M. *Založení a řízení společnosti*. Brno: Computer Press, a.s., 2005. ISBN: 80-251-0592-6.

KOTLER, P. *Marketing od A do Z: osmdesát pojmů, které by měl znát každý manažer*. Management Press 2003. ISBN 80-7261-082-1

KOTLER, Philip, Armstrong, Gary: *Marketing*. Grada Publishing, a.s., Praha 2004. ISBN 80-247-0513-3.

KURZY.CZ. Nezaměstnanost [online]. 2021. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/makroekonomika/nezamestnanost/> [cit. 2022-02-08].

MINISTERTSVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Jednotný registrační formulář* [online]. 2020. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/crm-jednotny-registracni-formular/jednotny-registracni-formular---234081/> [cit. 2022-02-01].

MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *Platná legislativa* [online]. [cit. 2022-02-13]. Dostupné z: https://www.mzcr.cz/wp-content/uploads/wepub/12372/27238/provozovny_spole%C4%8Dn%C3%A9ho_stravov%C3%A1n%C3%AD_s_p%C5%99%C3%ADtomnost%C3%AD_zv%C3%AD%C5%99at.pdf

SEDLÁČEK, Jaroslav. *Účetnictví pro manažery*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-1195-8.

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

SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kol. *Základy podnikání*, 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0407-9.

SYNEK, Miroslav. *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-336-3.

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

VEBER, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*, 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 978-80-247-2409-6.

ÚČTOVÁNÍ.NET. *Výkaz zisků a ztráty – výsledovka* [online]. 2016. Dostupné z: <https://www.uctovani.net/clanek.php?t=Vykaz-zisku-a-ztrat-vysledovka-ke-stazeni&idc=273> [cit. 2022-02-09].

Zákon č. 89/2012 Sb. 2012. *Nový občanský zákoník*. Praha: autor neznámý, 2012.

Zákon č. 90/2012 Sb. 2012. *Zákon o obchodních korporacích*. Praha: autor neznámý, 2012.

Zákon č. 90/2012 Sb. 2012. *Obchodní zákoník*. Praha: autor neznámý, 2012.

Přílohy

Příloha 1: Jednotný registrační formulář	101-102
Příloha 2: Cash flow 2022 (optimistický scénář).....	103
Příloha 3: Cash flow 2023 (optimistický scénář).....	104
Příloha 4: Cash flow 2024 (optimistický scénář).....	105

JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

FYZICKÁ OSOBA

podací razítko

ČÁST A - PODNIKATEL

01 Podnikatel

a) titul bc.	b) jméno KATEŘINA	c) příjmení BÍNOVÁ	d) titul
e) pohlaví ¹⁾ žena / muž ²⁾	f) rodné příjmení BÍNOVÁ	g) všechna dřívější příjmení	
h) rodinný stav SVOBODNÁ	i) místo narození TŘEBÍČ	j) okres TŘEBÍČ	
k) stát ČESKÁ REPUBLIKA	l) státní občanství	m) datum narození 16.08.1996	n) rodné číslo 9658164522
o) identifikační číslo osoby 25596641		p) obchodní firma (jen u osob zapsaných do obchodního rejstříku)	

02 Bydliště

a) název ulice OBRAŇCŮ NÁM.	b) č.p. / č.ev. 459	c) číslo orientační 20	d) PSČ 67401
e) název obce TŘEBÍČ	f) část obce NOVÉ DVORY		
g) okres TŘEBÍČ	h) stát ČESKÁ REPUBLIKA		

03 Sídlo

a) sídlo trvale shodné s bydlištěm ²⁾	<input type="checkbox"/> ANO / <input checked="" type="checkbox"/> NE ³⁾		
b) název ulice	c) č.p. / č.ev.	d) číslo orientační	e) PSČ
f) název obce	g) část obce		
h) okres	i) stát		

04 Pobyť na území ČR (pro zahraniční osoby)³⁾

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) povolený pobyt do		

05 Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu) - ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašuji živnost resp. žádám o koncesi

pořadové číslo 1.	HOSTINSKÁ ČINNOST
-------------------	-------------------

06 Provozovna

a) název ulice KARLOVO NABŘEŽÍ	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační 41	d) PSČ 67401
e) název obce TŘEBÍČ	f) část obce	g) okres TŘEBÍČ	
h) název provozovny KOČIČI KATAŘNA LILY'S CAFE'	i) umístění provozovny		
j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně 0.1.0.3.20.22	k) provozovna podléhající kolaudaci <input type="checkbox"/> ANO / <input checked="" type="checkbox"/> NE ³⁾		
l) předměty podnikání provozované v provozovně dle poř. čísla / u živnosti volně číslo oboru	/ / / / / / / /		

07 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) státní občanství	f) rodné příjmení	g) datum narození	h) rodné číslo
i) místo narození	j) okres	k) stát	l) pohlaví ¹⁾ žena / muž ²⁾

¹⁾ vyplní pouze fyzická osoba, která nemá přiděleno rodné číslo

²⁾ vyplní pouze osoba, která má adresu sídla shodnou s adresou bydliště

³⁾ vyplní pouze osoba, která má povolený pobyt

08 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

09 Pobyt odpovědného zástupce na území ČR (pro zahraniční osoby)

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	

10 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

11 Ustanovení odpovědného zástupce pro předměty podnikání (pořadové číslo předmětu podnikání)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

ČÁST B - OZNÁMENÍ SPRÁVĚ SOCIÁLNÍHO ZABEZPEČENÍ

- oznamuji ve smyslu zákona č. 582/1991 Sb., následující skutečnosti SSZ v		TŘEBNÍČ	
a) datum zahájení samostatné výdělečné činnosti	01 03 2022	b) přihlašuji se k dobrovolné účasti na nemocenském pojištění OSVČ od	01 03 2022

ČÁST C - OZNÁMENÍ ZDRAVOTNÍ POJIŠTOVNĚ

- oznamuji ve smyslu zákona o veřejném zdravotním pojištění zahájení výkonu samostatné výdělečné činnosti zdravotní pojišťovně v		TŘEBNÍČ	
a) název zdravotní pojišťovny	VZP	b) druh (kód) ZP	111
c) číslo bankovního účtu / směrový (identifikační) kód	01935718880100	d) výše zálohy	
e) datum zahájení samostatné výdělečné činnosti	01 03 2022		

ČÁST D - OZNÁMENÍ PRACOVNÍHO MÍSTA

- oznamuji ve smyslu zákona o zaměstnanosti volné pracovní místo / obsazení volného pracovního místa ¹⁾ ÚP v			
a) místo výkonu práce	b) název profese	c) dle KZAM	d) vznik / obsazenost ¹⁾ ke dni
e) pracovní právní vztah na dobu určitou / neurčitou ²⁾	f) pracovní doba	g) počet míst	h) výše mzdy
i) požadované vzdělání, praxe	j) zveřejňovat		ANO / NE ³⁾
k) kontaktní osoba na pracovišti	l) poznámky: nabízené výhody, speciální požadavky apod.		

ČÁST E - VYBERTE ÚŘADY, VŮČI KTERÝM JE PODÁNÍ ČINĚNO

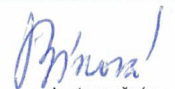
a) Živnostenský úřad	<input checked="" type="checkbox"/>	počet příloh	b) SSZ	<input checked="" type="checkbox"/>	počet příloh	c) Zdravotní pojišťovna	<input checked="" type="checkbox"/>	počet příloh
d) Finanční úřad	<input checked="" type="checkbox"/>	počet příloh	e) Úřad práce	<input type="checkbox"/>	počet příloh			

ČÁST F - ADRESA PRO DORUČOVÁNÍ

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		g) okres
h) adresu použít i pro následující řízení			
ANO / NE ³⁾			

ČÁST G - DOPLŇUJÍCÍ ÚDAJE

a) telefon	774 090 951	b) datová schránka	c) e-mail	BINOVA.K@EMAIL.CZ
------------	-------------	--------------------	-----------	-------------------

jméno podatele	KATEŘINA	příjmení podatele	BINOVA	 vlastnoruční podpis
v	TŘEBNÍČ	dne	1.3.2022	

Cash flow příjmy za rok 2022 (optimistický scénář)										
	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Stav na BÚ	550 000 Kč	152 227 Kč	195 966 Kč	251 231 Kč	306 522 Kč	373 339 Kč	440 182 Kč	484 051 Kč	539 446 Kč	594 867 Kč
Příjmy - měsíční tržby	356 500 Kč	333 500 Kč	345 000 Kč	345 000 Kč	356 500 Kč	356 500 Kč	333 500 Kč	345 000 Kč	345 000 Kč	322 000 Kč
Příjmy celkem	906 500 Kč	485 727 Kč	540 966 Kč	596 231 Kč	663 022 Kč	729 839 Kč	773 682 Kč	829 051 Kč	884 446 Kč	916 867 Kč
Cash flow výdaje za rok 2022 (optimistický scénář)										
Oběžný majetek	347 706 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Marketing	18 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Stavební úpravy	60 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Mzda - výplata + odvody	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP zaměstnanců	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
SP a ZP podnikatelky	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč
Záloha na energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Poplatek za ŽO	1 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Tvorba webové stránky	16 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Vedení účtu	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Účetní software	11 980 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Nákup materiálu	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč
Nákup zboží	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč
Wifi	2 500 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Reklamní tabule	9 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Splátka úvěru	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč
Úroky z úvěru	625 Kč	599 Kč	573 Kč	547 Kč	521 Kč	495 Kč	469 Kč	443 Kč	417 Kč	391 Kč
Odměna podnikatelky	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč
Rezerva	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Výdaje celkem	754 273 Kč	289 761 Kč	289 735 Kč	289 709 Kč	289 683 Kč	289 657 Kč	289 631 Kč	289 605 Kč	289 579 Kč	289 553 Kč
Konečný stav	152 227 Kč	195 966 Kč	251 231 Kč	306 522 Kč	373 339 Kč	440 182 Kč	484 051 Kč	539 446 Kč	594 867 Kč	627 314 Kč

Cash flow příjmy za rok 2023 (optimistický scénář)												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Stav na BÚ	627 314 Kč	682 487 Kč	714 986 Kč	728 602 Kč	707 418 Kč	758 470 Kč	788 184 Kč	850 788 Kč	913 418 Kč	953 074 Kč	1 004 256 Kč	1 055 464 Kč
Příjmy - měsíční tržby	345 000 Kč	322 000 Kč	356 500 Kč	333 500 Kč	345 000 Kč	345 000 Kč	356 500 Kč	356 500 Kč	333 500 Kč	345 000 Kč	345 000 Kč	322 000 Kč
Příjmy celkem	972 314 Kč	1 004 487 Kč	1 071 486 Kč	1 062 102 Kč	1 052 418 Kč	1 103 470 Kč	1 144 684 Kč	1 207 288 Kč	1 246 918 Kč	1 298 074 Kč	1 349 256 Kč	1 377 464 Kč
Cash flow výdaje za rok 2023 (optimistický scénář)												
Náklady na propagaci	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Mzda - výplata + odvody	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP podniku za zaměstnance	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
SP a ZP podnikatelky	5 468 Kč	5 468 Kč	5 468 Kč	70 704 Kč	9 994 Kč	9 994 Kč	9 994 Kč	9 994 Kč	9 994 Kč	9 994 Kč	9 994 Kč	9 994 Kč
DPFO			53 410 Kč			21 364 Kč						21 364 Kč
Záloha na energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Vedení účtu	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Nákup materiálu	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč
Nákup zboží	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Šplátka úvěru	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč	4 167 Kč
Úroky z úvěru	365 Kč	339 Kč	312 Kč	286 Kč	260 Kč	234 Kč	208 Kč	182 Kč	156 Kč	130 Kč	104 Kč	78 Kč
Odměna podnikatelky	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč
Ostatní (rezerva)	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Výdaje celkem	289 827 Kč	289 501 Kč	342 884 Kč	354 684 Kč	293 948 Kč	315 286 Kč	293 896 Kč	293 870 Kč	293 844 Kč	293 818 Kč	293 792 Kč	315 130 Kč
Konečný stav	682 487 Kč	714 986 Kč	728 602 Kč	707 418 Kč	758 470 Kč	788 184 Kč	850 788 Kč	913 418 Kč	953 074 Kč	1 004 256 Kč	1 055 464 Kč	1 062 334 Kč

Cash flow příjmy za rok 2024 (optimistický scénář)												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Stav na BÚ	1 062 334 Kč	1 113 294 Kč	1 141 580 Kč	1 122 989 Kč	1 041 428 Kč	1 088 025 Kč	1 083 302 Kč	1 141 399 Kč	1 199 496 Kč	1 234 593 Kč	1 281 190 Kč	1 327 787 Kč
Příjmy - měsíční tržby	345 000 Kč	322 000 Kč	356 500 Kč	333 500 Kč	345 000 Kč	345 000 Kč	356 500 Kč	356 500 Kč	333 500 Kč	345 000 Kč	345 000 Kč	322 000 Kč
Příjmy celkem	1 407 334 Kč	1 435 294 Kč	1 498 080 Kč	1 456 489 Kč	1 386 428 Kč	1 433 025 Kč	1 439 802 Kč	1 497 899 Kč	1 532 996 Kč	1 579 593 Kč	1 626 190 Kč	1 649 787 Kč
Cash flow výdaje za rok 2024 (optimistický scénář)												
Propagace	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Mzda	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč	27 000 Kč
SP a ZP zam.	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč	9 126 Kč
SP a ZP podnikatelky	9 994 Kč	9 994 Kč	9 994 Kč	135 534 Kč	18 876 Kč	18 876 Kč	18 876 Kč	18 876 Kč	18 876 Kč	18 876 Kč	18 876 Kč	18 876 Kč
DPFO			85 570 Kč			51 320 Kč						51 320 Kč
Záloha na energie	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Nájemné	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč	35 000 Kč
Telefonní služby	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč	1 200 Kč
Webová doména	300 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Pojištění odpovědnosti za škodu	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč	1 300 Kč
Vedení účtu	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč	99 Kč
Nákup materiálu	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč	31 500 Kč
Nákup zboží	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč	121 000 Kč
Poplatek OSA	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč	257 Kč
Koncesionářské poplatky	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč	45 Kč
Šplátka úvěru	4 167 Kč	4 167 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Úroky z úvěru	52 Kč	26 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Odměna podnikatelky	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč
Rezerva	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Výdaje celkem	294 040 Kč	293 714 Kč	375 091 Kč	415 061 Kč	298 403 Kč	349 723 Kč	298 403 Kč	298 403 Kč	298 403 Kč	298 403 Kč	298 403 Kč	349 723 Kč
Konečný stav	1 113 294 Kč	1 141 580 Kč	1 122 989 Kč	1 041 428 Kč	1 088 025 Kč	1 083 302 Kč	1 141 399 Kč	1 199 496 Kč	1 234 593 Kč	1 281 190 Kč	1 327 787 Kč	1 300 064 Kč