

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Bakalářská práce

Návrh podnikatelského záměru "zdravá kavárna"

Aneta Tůmová

© 2024 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Aneta Tůmová

Podnikání a administrativa

Název práce

Návrh podnikatelského záměru "zdravá kavárna"

Název anglicky

Draft business plan „healthy cafe”

Cíle práce

Cílem bakalářské práce je zpracování návrhu podnikatelského záměru na založení „zdravé kavárny“. Dílčím cílem je zmapovat problémy, rizika, slabé a silné stránky pro potenciálního podnikatele v této oblasti podnikání.

Metodika

V teoretické části závěrečné práce budou, s využitím metody sekundárního sběru dat a studia literatury, vysvětleny odborné pojmy z oblasti podnikání. Podkladové údaje budou čerpány z relevantních zdrojů dat – Zákona o dani z příjmu, zákona o účetnictví, živnostenského zákona, ročenky ČSÚ, Eurostatu.

V analytické části bude provedeno ekonomické zhodnocení na základě finanční analýzy a SWOT analýzy, deskripce a komparace. Přínosem závěrečné práce budou vlastní náměty a doporučení.

Doporučený rozsah práce

30-40 stran textu bez příloh

Klíčová slova

analýza trhu, investiční rozhodování, marketingový plán, obchodní marže, podnik, podnikatel, podnikatelský plán, podnikatelský úvěr, SWOT analýza, zákon o živnostenském podnikání, živnostník

Doporučené zdroje informací

BRYCHTA, Ivan, Miroslav BULLA, Tereza KRUPOVÁ, Ivana KUCHAROVÁ, Ivana PILAŘOVÁ, Yveta PŠENKOVÁ a Jiří STROUHAL. Účetnictví podnikatelů 2022. 19. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2022. Meritum (Wolters Kluwer ČR). ISBN 978-80-7676-351-7.

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

RŮČKOVÁ, Petra. Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. 7. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2021. Finance (Grada). ISBN 978-80-271-3124-2.

SRPOVÁ, Jitka. Začínáme podnikat: s případovými studii začínajících podnikatelů. Praha: Grada Publishing, 2020. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2253-0.

Zákon č. 235/2004 Sb. Zákon o dani z přidané hodnoty

Zákon č. 455/1991 Sb. Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)

Zákon č. 586/1992 Sb. Zákon České národní rady o daních z příjmů

Předběžný termín obhajoby

2023/24 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Dobroslava Pletichová

Garantující pracoviště

Katedra ekonomiky

Elektronicky schváleno dne 23. 10. 2023

prof. Ing. Lukáš Čechura, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 9. 11. 2023

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 11. 03. 2024

Čestné prohlášení

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

V Praze dne 15. 3. 2024

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala paní Ing. Dobroslavě Pletichové za odbornou pomoc při zpracování bakalářské práce.

Návrh podnikatelského záměru "zdravá kavárna"

Abstrakt

Tato bakalářská práce se věnuje představení podnikatelského záměru, kterým je provozování „zdravé kavárny“. Záměr je založený na zvyšování se spotřebitelských trendů zlepšovat svůj životní styl. Kavárna je situována na konkrétním místě v centru lázeňského města Poděbrady. Práce je rozdělena do dvou částí. Vychází z odborné literatury, reálných dat a osobních poznatků autora. V teoretické části jsou vysvětleny pojmy, týkající se podnikání. Analytická část práce se zaměřuje na jednotlivé kroky, které jsou potřeba k otevření nového podniku. Zabývá se postupy, které vedou od představení konkrétního podnikatelského záměru, přes pečlivé plánování finančních výdajů, marketingového plánu, až po finanční analýzu podniku. V závěrečné části jsou shrnuty všechny výsledky zakladatelského rozpočtu a finanční analýzy. Tyto výsledky jsou důležité pro zhodnocení konkurenceschopnosti podniku. Následně je prezentováno celkové hodnocení možnosti založení tohoto podniku, který klade důraz na jeho přínos pro zdravý životní styl a potenciál dalšího rozvoje.

Klíčová slova: finanční analýza, konkurence, marketingová strategie, obchodní strategie, podnik, podnikatel, podnikatelský plán, SWOT analýza, zakladatelský rozpočet, zdravý životní styl

Draft business "plan healthy cafe"

Abstract

This bachelor thesis focuses on introducing a business plan for operating a "healthy café." The plan is based on the increasing consumer trends to improve one's lifestyle. The café is situated in a specific location in the center of the spa town of Poděbrady. The thesis is divided into two parts, drawing on scholarly literature, real data, and the author's personal insights. The theoretical part explains concepts related to entrepreneurship. The analytical section focuses on the various steps needed to open a new business. It deals with procedures from presenting a specific business idea, through careful planning of financial expenses and marketing strategy, to the financial analysis of the business. The final part summarizes all the results of the founding budget and financial analysis. These results are important for evaluating the competitiveness of the business. Subsequently, an overall evaluation of the possibility of establishing this business is presented, emphasizing its contribution to a healthy lifestyle and the potential for further development.

Keywords: financial analysis, competition, marketing strategy, business strategy, business, entrepreneur, business plan, SWOT analysis, founding budget, healthy lifestyle

Obsah

1 Úvod.....	10
2 Cíl práce a metodika	11
3 Teoretická část práce	14
3.1 Odborné pojmy z oblasti podnikání	14
3.1.1 Podnikání	14
3.1.2 Podnikatel	15
3.1.3 Podnik	15
3.2 Právní formy podnikání.....	16
3.2.1 Osoba samostatně výdělečně činná.....	16
3.2.2 Společnost s ručením omezeným.....	17
3.2.3 Akciová společnost.....	18
3.2.4 Veřejná obchodní společnost.....	18
3.2.5 Komanditní společnost.....	19
3.2.6 Družstvo.....	19
3.3 Podnikatelský plán	20
3.3.1 Potencionální trhy	21
3.3.2 Analýza konkurence.....	22
3.3.3 Strategie	22
3.3.4 Marketingová strategie.....	23
3.3.4.1 Výběr cílového trhu.....	23
3.3.4.2 Stanovení pozice produktu na trhu	24
3.3.4.3 Rozhodování o marketingovém mixu.....	24
3.3.5 Finanční plán.....	25
3.3.5.1 Komponenty finančního plánu	26
3.3.5.2 Ukazatelé finanční analýzy.....	26
3.3.6 SWOT analýza	Chyba! Záložka není definována.
4 Analytická část práce.....	28
4.1 Podnikatelský záměr.....	28
4.1.1 Představení návrhu.....	28
4.1.2 Lokalita.....	29
4.2 Produkty	29
4.2.1 Nápoje.....	29
4.2.2 Snídaně.....	31
4.2.3 Zdravé dezerty.....	32
4.2.4 Ostatní služby kavárny.....	32

4.3	Konkurence	33
4.3.1	Café Oliver.....	33
4.3.2	Kavárna Viola	33
4.3.3	Kavárna Hodiny	33
4.3.4	Café Ritual	33
4.4	Marketingová a obchodní strategie	34
4.5	SWOT analýza	35
4.6	Zakladatelský rozpočet.....	36
4.6.1	Počáteční investice.....	36
4.6.2	Odepisování hmotného majetku - kávovaru	38
4.6.3	Výpočet čisté mzdy.....	39
4.6.4	Rozpočet měsíčních provozních nákladů.....	40
4.6.5	Roční rozpočet výnosů a nákladů	40
4.6.6	Výpočet daně z příjmu.....	41
4.6.7	Rozdělení zisku a reálný cash-flow	42
4.6.8	Oportunitní náklady	42
4.7	Finanční analýza.....	43
4.7.1	Rentabilita celkového vloženého kapitálu	Chyba! Záložka není definována.
4.7.2	Rentabilita tržeb	43
4.7.3	Rentabilita nákladů	43
5	Zhodnocení výsledků	44
6	Závěr.....	45
7	Seznam použitých zdrojů	Chyba! Záložka není definována.
8	Seznam obrázků a tabulek	47
8.1	Seznam obrázků	47
8.2	Seznam tabulek.....	47
Přílohy		48

1 Úvod

V dnešní době se stále více připomíná, jak důležitý je zdravý životní styl. Zvyšování zájmu o zdravou výživu otevírá prostor pro nový podnikatelský záměr. Tento podnikatelský záměr, otevření „zdravé kavárny“, je příležitostí spojit kvalitní stravování s příjemným prostředím, kde se lidé mohou setkávat a trávit svůj volný čas.

V bakalářské práci bude představen podnikatelský záměr na založení kavárny, který bude založený na zakladatelském rozpočtu, rozděleného do několika částí. Zakladatelský rozpočet bude sloužit jako výchozí bod pro finanční plánování a řízení. Bude zahrnovat všechny očekávané náklady spojené se založením a jeho hlavním účelem bude poskytnout realistický přehled o všech finančních zdrojích. Pozornost bude věnována také sortimentu nabízených produktů a služeb, marketingové a obchodní strategii a v neposlední řadě finanční analýze.

Podnik je situován na konkrétní adrese v lázeňském městě Poděbrady. Lázeňské město přitahuje klientelu, která dbá na své zdraví a mohla by mít zájem navštívit místo, kde může konzumovat zdravé a vyvážené pokrmy. Na druhou stranu se v Poděbradech nachází poměrně velká konkurence v tomto oboru podnikání. Z tohoto důvodu bude v práci představena také marketingová a obchodní strategie, která by měla kavárně zajistit pravidelnou klientelu.

Téma bakalářské práce bylo vybráno na základě realizace vlastního snu o budoucím podnikání v této oblasti. Práce bude sloužit jako příprava a analýza pro budoucí úspěšné zahájení podnikání a udržitelný růst podniku.

2 Cíl práce a metodika

Cílem bakalářské práce je zpracování návrhu podnikatelského záměru. Dílčím cílem je zmapovat problémy, rizika, slabé a silné stránky pro potenciálního podnikatele v této oblasti podnikání.

Teoretická část práce se bude zabývat klíčovými pojmy týkající se podnikání, jejich definicí a vzájemnými souvislostmi. Kromě toho bude detailně zaměřena na podnikatelský plán, který je považován za základní kámen zahájení úspěšného podnikání. Bude prozkoumána jeho struktura, důležitost a základní prvky, které by měl obsahovat.

V analytické části práce bude navržen konkrétní podnikatelský záměr. Práce bude nejprve zaměřena na představení konceptu podnikání a jeho náležitostech. Následně budou představeny produkty a služby, které bude mít podnik v nabídce. Dalším krokem praktické části bude zaměření se na tržní analýzu. Ta bude provedena identifikováním cílové skupiny a analýzou konkurence, z které se bude odvíjet marketingová a obchodní strategie kavárny.

Jako další bude provedena SWOT analýza. Důležité je ukázat vědomí předností a slabých míst podniku, stejně jako vnějších příležitostí a potenciálních hrozeb.

¹V rámci této analýzy budou zhodnoceny čtyři klíčové aspekty v podnikání:

- Silné stránky – sem budou zahrnuty věci jako zkušený tým, silná značka, loajální zákazníci nebo finanční rezervy.
- Slabé stránky – identifikace a představení slabých míst, jako je omezený kapitál nebo nedostatek zkušeností v některých oblastech. Po jejich prezentaci bude ukázáno, jakým způsobem je řešit.
- Příležitosti – zaměření se na vnější faktory, které mohou podniku přinést výhody, jako jsou tržní trendy nebo nové technologie. Je důležité zhodnotit pravděpodobnost, že se nám je podaří využít.
- Hrozby – je třeba mít na mysli možné vnější problémy, s nimiž by se podnik mohl setkat. Mohou to být třeba noví konkurenti na trhu či technologická zastaralost.

²SWOT analýza by měla být relevantní. V kontextu podnikatelského plánu by měla obsahovat pouze aspekty, které ovlivňují rozhodnutí v oblasti podnikatelské strategie.

¹ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s. 31.

² ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. 2014. *Business plán: krok za krokem*. Praha : C.H. Beck pro praxi, 2014. s. 135.

Při předkládání SWOT analýzy investorům je lepší být upřímný ohledně všech možných rizik, včetně konkurence nebo tržních výzev. Důležité je ukázat, že je důkladně promyšlena každá eventualita a jsou vymyšleny plány, jak se s nimi vypořádat.

Největší část bude věnována zakladatelskému rozpočtu, který povede k zjištění, zda má tento podnikatelský záměr potenciál. Rozpočet bude rozdělen do několika částí, které budou obsahovat počáteční investice, odpisy, výpočty čisté mzdy, výpočty daně z příjmu a následné rozdělení zisku a reálný cash-flow. Pro zjištění reálného zisku pro majitele podniku budou nakonec odečteny oportunitní náklady podnikatele. Zakladatelský rozpočet bude podkladem pro finanční analýzu podniku, která bude provedena pomocí ukazatele rentability a nákladovosti.

Ukazatele rentability a nákladovosti budou vypočítány pomocí následujících vzorců:

- ³ROA (Return on Assets)

$$ROA = \frac{EBIT}{aktiva} * 100 \quad (1)$$

Ukazatel poměruje EBIT (tj. zisk před odečtením úroků a daní) s celkovými aktivy investovanými do podnikání bez ohledu na to, zda byla financována z vlastního kapitálu nebo kapitálu věřitelů.

- ⁴ROS (Return on sales)

$$ROS = \frac{EBIT}{celkové\ tržby} * 100 \quad (2)$$

Ukazatel určuje, kolik zisku připadá na 1 Kč tržbe a indikuje, zda jsou ceny výrobků relativně nízké nebo náklady podniku jsou příliš vysoké ve srovnání s oborovým průměrem.

- ⁵ROC (Return on Cost)

$$ROC = \frac{\text{čistý zisk}}{celkové\ náklady} * 100 \quad (3)$$

Rentabilita nákladů je doplňkový ukazatel k rentabilitě tržeb (ROS). Tento ukazatel vypovídá o poměru celkových nákladů ve vztahu k zisku. Zjišťuje tedy, kolik korun čistého zisku přinesla jedna vynaložená koruna.

³ PEŠKOVÁ, R., JINDŘICHOVSKÁ, I. *Finanční analýza*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2011. ISBN 978-80 86730-80-6. s. 65.

⁴ Tamtéž, s. 65.

⁵ Tamtéž, s. 65.

- ⁶Nákladovost tržeb

$$\text{Nákladovost tržeb} = \frac{\text{náklady}}{\text{tržby}} \quad (4)$$

Nákladovost tržeb vyjadřuje podíl nákladů v 1 Kč tržeb a je tedy zásadní pro finanční hodnocení nákladovosti podniku.

Tato metodika poskytne strategii pro vytvoření podnikatelského plánu, nabídne doporučení a odhady, které jsou nezbytné pro založení a vedení prosperujícího podniku.

⁶ PEŠKOVÁ, R., JINDŘICHOVSKÁ, I. *Finanční analýza*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2011. ISBN 978-80 86730-80-6. s. 66.

3 Teoretická část práce

3.1 Odborné pojmy z oblasti podnikání

3.1.1 Podnikání

⁷ „Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.“

⁸ Mnozí z nás se v nějaké fázi života setkají s otázkou, zda založit vlastní podnik. Podnikání představuje oblast plnou příležitostí, ale i rizik. Při zakládání vlastního byznysu je často opouštěn příjem z klasického zaměstnání a do podnikání jsou mnohdy vkládány i vlastní peníze. Vstup do podnikání vyžaduje nejen odhodlání a touhu, ale také odvahu riskovat.

⁹ Podnikání může mít dvě podoby. Lze ho vnímat jako inovativní proces, který nabízí nové a unikátní produkty či služby. Na druhou stranu lze podnikání chápat jednoduše jako činnost jedince, který vlastní a provozuje firmu nebo živnost, bez ohledu na to, zda přináší něco nového.

¹⁰ Zahájení vlastního podnikání není snadným úkolem. Je to proces, který může být časově a fyzicky i psychicky vyčerpávající. Důležité je porozumět odvětví, ve kterém chce podnikatel zahajovat svou činnost, a mít realistická očekávání spojená s podnikem. I když podnikatel do podniku vloží maximum energie a času, nemusí být zárukou úspěchu. Existují různé vnější faktory, které mohou ovlivnit výsledky podnikání a které nemusí být přímo v rukou podnikatele.

⁷ Úplné znění Č. 63/2001 Sb.: Úplné znění zákona č 513/1991 Sb., obchodního zákoník, jak vyplývá z pozdějších změn. In: Sbíрка zákonů. 2021, 23/2001

⁸ SRPOVÁ J. *Začínáme podnikat: s případovými studiemi začínajících podnikatelů*. Praha: Grada Publishing, 2020. s. 26.

⁹ Tamtéž, s. 17.

¹⁰ Tamtéž, s. 22.

3.1.2 Podnikatel

¹¹ „Podnikatelem podle tohoto zákona je:

a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,

b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,

c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,

d) fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.“

¹² „Sídlem právnické osoby a místem podnikání fyzické osoby je adresa zapsaná jako její sídlo nebo místo podnikání v obchodním rejstříku nebo v jiné zákonem upravené evidenci. Adresou se rozumí název obce (části obce), poštovní směrovací číslo, číslo popisné, popřípadě název ulice nebo náměstí. Podnikatel je povinen zapisovat do obchodního rejstříku své skutečné sídlo nebo místo podnikání. Sídlem organizační složky podniku (§ 7) se rozumí adresa jejího umístění. Sídlo právnické osoby může být v bytě pouze v případě, že to umožňuje povaha předmětu podnikání. Skutečným sídlem je adresa místa, z něhož je právnická osoba svým statutárním orgánem řízena.“

3.1.3 Podnik

¹³(1) „Podnikem se pro účely tohoto zákona rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit.“

¹⁴(2) „Podnik je věc hromadná. Na jeho právní poměry se použijí ustanovení o věcech v právním smyslu. Tím není dotčena působnost zvláštních právních předpisů vztahujících se k nemovitým věcem, předmětům průmyslového a jiného duševního vlastnictví, motorovým vozidlům apod., pokud jsou součástí podniku.“

¹¹ Úplné znění č. 63/2001 Sb.: Úplné znění zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, jak vyplývá z pozdějších změn. In: Sbirka zákonů. 2021, 23/2001

¹² Tamtéž.

¹³ Tamtéž.

¹⁴ Tamtéž.

3.2 Právní formy podnikání

¹⁵V České republice existují tyto právní formy podnikání:

- Osoba samostatně výdělečně činná
- Společnost s ručením omezeným
- Akciová společnost
- Veřejná obchodní společnost
- Komanditní společnost
- Družstvo

Při výběru je nutné zvážit několik faktorů, zejména rozsah podnikání, požadovaný kapitál při založení a ochrany proti ručení.

3.2.1 Osoba samostatně výdělečně činná

¹⁶OSVČ provozuje svou živnost, živností se rozumí: „*soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“ A to na základě živnostenského nebo koncesního listu, který je možné získat na živnostenském úřadě.

Živnosti se dělí na:

- ohlašovací (řemeslné, vázané a volné)
- koncesované

K získání živnostenského oprávnění je nutné splnit všeobecné a zvláštní podmínky provozování živnosti.

Všeobecné podmínky provozování živnosti

¹⁷„*Všeobecnými podmínkami provozování živnosti fyzickými osobami, pokud tento zákon nestanoví jinak, jsou*

a) plná svéprávnost, kterou lze nahradit přivolením soudu k souhlasu zákonného zástupce nezletilého k samostatnému provozování podnikatelské činnosti, a

b) bezúhonnost.“

¹⁵ Meritum účetnictví podnikatelů 2022. Praha Wolters Kluwer ČR, 2022. s.324-327.

¹⁶ Zákon č. 455/1991 Sb. Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) ze dne 2. října 1991. In: Sbirka zákonů. 1991

¹⁷ Tamtéž.

Zvláštní podmínky provozování živnosti

¹⁸ „Zvláštními podmínkami provozování živnosti jsou odborná nebo jiná způsobilost, pokud je tento zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují.“

¹⁹ Při založení řemeslné živnosti je nutné prokázat odbornou způsobilost. Podmínkou je buď výuční list, maturita v oboru, vyšší odborné vzdělání, vysokoškolské vzdělání, rekvalifikace nebo šestiletá praxe v oboru. Pro získání živnosti vázané je též nutné dokázat odbornou způsobilost. Získání ohlašovací volné živnosti je poměrně jednoduché, jelikož není nutné prokazovat odbornou kvalifikaci. Tato živnost obsahuje 82 oborů činností, z nichž si při ohlášení vyberete ty obory, které budete provozovat.

3.2.2 Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným (s.r.o.) je v naší zemi bezesporu nejčastější formou obchodní společnosti, přičemž je oblíbená hlavně mezi malými a středními podnikateli.

²⁰ Zákon definuje společnost s ručením omezeným jako „společnost, za jejíž dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku v době, kdy byli věřitelem vyzváni k plnění.“

²¹ S.r.o. má svá specifika a předpisy, jenž je třeba při jejím zakládání dodržet. Společnost může být založena jen jedním člověkem, avšak zakládající osoba je považovaná za právnickou osobu, namísto fyzické osoby. Naopak maximální počet osob v jedné společnosti je omezen na 50. Každá taková společnost je povinna mít svůj základní kapitál. Ačkoli v minulosti byla minimální hranice stanovena na 200 000 Kč, dnes je to 1 Kč. Při založení je potřeba sepsat zakladatelskou listinu, v případě, že společnost zakládá více osob, nebo zakladatelskou listinu, v případě, že společnost zakládá jen jedna osoba. Každá společnost si musí zvolit jednatele (nebo více jednatelů), ten představuje statutární orgán společnosti a zastupuje ji v různých formálních situacích.

¹⁸ Zákon č. 455/1991 Sb. Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon): Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) ze dne 2. října 1991. In: Sbíрка zákonů. 1991

¹⁹ gov.cz. Gov.cz [online]. 2021, 2022 [cit. 2023-10-20]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/sluzby-vs/vznik-zivnostenskeho-opravneni-S757>

²⁰ Zákon č. 90/2012 Sb. Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ze dne 25. ledna 2012. In: Sbíрка zákonů. 2012

²¹ DUCHÁČKOVÁ, D. Orange Academi [online]. 2021 [cit. 2023-10-20]. Dostupné z: <https://orangeacademy.cz/clanky/spolecnost-s-rucenim-omezenym/>

3.2.3 Akciová společnost

²²(1) „Akciová společnost (dále jen "společnost") je právnickou osobou pro podnikatelskou činnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určený počet podílů (akcií) o předem určené jmenovité hodnotě.“

²³(2) „Společnost je vlastníkem peněžních prostředků zaplacených a věci jí předaných jejími účastníky (akcionáři), jakož i majetku nabytého při její podnikatelské činnosti.“

²⁴Akcii lze chápat jako doklad, který potvrzuje postavení akcionáře v obchodní korporaci. Akcionář má s akcií spojená určitá práva, například účast na řízení společnosti, podíl na zisku nebo nárok na část majetku, pokud by společnost zanikla. Celkově za své dluhy odpovídá obchodní korporace vším, co vlastní. Důležité je, že akcionáři osobně neručí za dluhy této společnosti. Akciová společnost musí mít základní kapitál alespoň 2 miliony korun. Hlavním rozhodovacím orgánem je valná hromada, zatímco představenstvo je orgán, který řídí běžný chod společnosti. Existuje také dozorčí rada, jejíž úkolem je sledovat, jak představenstvo funguje a jak se společnost chová v obchodním prostředí.

3.2.4 Veřejná obchodní společnost

²⁵„Veřejná obchodní společnost je společnost alespoň dvou osob, které se účastní na jejím podnikání nebo správě jejího majetku a ručí za její dluhy společně a nerozdílně.“

²⁶Členem společnosti může být jak osoba fyzická, tak právnická. Jestliže je členem osoba fyzická, musí vyhovět základním kritériím pro provozování živnosti. Ve veřejné obchodní společnosti mají rozhodovací pravomoci všichni členové. Oproti kapitálovým společnostem pro tuto společnost neexistuje zákonně stanovená minimální hodnota základního kapitálu ani vkladu člena.

²² Zákon č. 90/2012 Sb. Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ze dne 25. ledna 2012. In: Sbírka zákonů. 2012, 34/2012.

²³ Tamtéž.

²⁴ Meritum účetnictví podnikatelů 2022. Praha Wolters Kluwer ČR, 2022. s.325.

²⁵ Zákon č. 90/2012 Sb. Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ze dne 25. ledna 2012. In: Sbírka zákonů. 2012, 34/2012.

²⁶ Meritum účetnictví podnikatelů 2022. Praha Wolters Kluwer ČR, 2022. s.326.

3.2.5 Komanditní společnost

²⁷ „Komanditní společnost je společnost, v níž alespoň jeden společník ručí za její dluhy omezeně (dále jen „komanditista“) a alespoň jeden společník neomezeně (dále jen „komplementář“).“

²⁸ Pokud je komplementář fyzickou osobou, musí vyhovět určitým kritériím pro provozování živnosti. V obchodní korporaci má právo na řízení jen komplementář. Komanditista má závazek přispět do základního kapitálu.

3.2.6 Družstvo

²⁹(1) „Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání.“

(2) „Družstvo má nejméně 3 členy.“

(3) „Firma obsahuje označení „družstvo““

³⁰ Pokud dojde k nesplnění dluhů, je za ně odpovědnost v celé výši majetku. Členové družstva za tyto dluhy osobně neodpovídají. Hlavním rozhodovacím orgánem družstva je členská schůze. Běžné fungování družstva zajišťuje představenstvo, zatímco kontrolní komise dohlíží na jeho činnost. Stanovy mohou také stanovit existenci dalších orgánů družstva.

²⁷ Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ze dne 25. ledna 2012. In: Sbírka zákonů. 2012, 34/2012.

²⁸ Meritum účetnictví podnikatelů 2022. Praha Wolters Kluwer ČR, 2022. s.327.

²⁹ Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ze dne 25. ledna 2012. In: Sbírka zákonů. 2012, 34/2012.

³⁰ Meritum účetnictví podnikatelů 2022. Praha Wolters Kluwer ČR, 2022. s.327.

3.3 Podnikatelský plán

³¹Odhodlání a touha budoucího podnikatele založit si vlastní firmu a být nezávislý vede k vytvoření podnikatelského plánu. Podnikatelský plán je vnímán jako plánovaná vize podniku, která je zaznamenána na papíře. V podstatě se jedná o nástroj, který má podnikateli pomáhat nejen v počátečních fázích, ale také v dalším průběhu při řízení jejich podnikatelských kroků.

³²V podnikatelském plánu se často začínající vize a myšlenky o budoucím podnikání transformují z abstraktních představ do konkrétních plánů. Tento plán, který definuje dlouhodobé cíle podnikání, může být později využit jako měřítko úspěšnosti, jelikož umožňuje srovnání mezi tím, co bylo zamýšleno a čeho bylo skutečně dosaženo.

³³Důvody pro sestavené podnikatelského plánu jsou různé. Může to být snaha o získání finančních prostředků, nalezení společníka nebo investora. Pro začínající podnikatele s inovativním nápadem je podnikatelský plán klíčový k pochopení svých finančních potřeb. Pokud podnikatel hledá investora, musí být připraven odpovědět na otázky týkající se svého podnikání, nabídky a potřeb.

³⁴Mnohé banky mohou mít vlastní požadavky na strukturu podnikatelského plánu. Jak banka, tak investor v něm hledají informace, které jim umožní stanovit podmínky jejich účasti v podnikání. Proto je nezbytné, aby podnikatelský plán obsahoval všechny relevantní informace, které přesvědčí potencionální věřitele o dlouhodobé životaschopnosti a úspěšnosti podnikání. Cílem je, aby firma založená na základě tohoto plánu, byla úspěšná i v několika následujících letech. Podnikatelský plán by měl zainteresované také přesvědčit o schopnostech a kvalitách podnikatele. Měl by ukázat, že podnikatel má schopnosti a znalosti k řešení výzev a problémů, které mohou při realizaci nastat.

³¹ ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. 2014. *Business plán: krok za krokem*. Praha : C.H. Beck pro praxi, 2014. s.1.

³² Tamtéž. s.3.

³³ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s.14.

³⁴ ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. 2014. *Business plán: krok za krokem*. Praha : C.H. Beck pro praxi, 2014. s. 1.

³⁵Základní body podnikatelského plánu:

1. titulní strana
2. obsah
3. úvod, účel a pozice dokumentu
4. shrnutí
5. popis podnikatelské příležitosti
6. cíle firmy a vlastníků
7. potencionální trhy
8. analýza konkurence
9. marketingová a obchodní strategie
10. realizační projektový plán
11. finanční plán
12. hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu
13. přílohy

3.3.1 Potencionální trhy

³⁶Při plánování podnikání je klíčové zohlednit existence trhu a jeho potencionálního zájmu o naše výrobky nebo služby. Pro úspěšné zavedení nových produktů je nezbytný trh s dostatečným potenciálem a odpovídající velikostí. Zájemci o investice chtějí vidět konkrétní data o trzích a možnostech osvojení.

³⁷V rámci podnikatelského plánu by měly být zdůrazněny informace o celkovém a cílovém trhu. Zatímco celkový trh obsahuje všechny možné zákazníky a využití jejich produktu nebo služby, cílový trh je specifický segment, na který se chce podnik zaměřit. V praxi se v podnikatelském plánu neanalyzuje celý trh v jeho plné šíři, ale spíše se zaměřuje na specifické skupiny zákazníků, které mohou mít největší prospěch z nabízených produktů či služeb, mohou k nim snadno přistupovat a jsou ochotni za ně zaplatit.

³⁵ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s.14-15.

³⁶ Tamtéž, s.19.

³⁷ Tamtéž, s.19-20.

3.3.2 Analýza konkurence

³⁸Mnoho tvůrců podnikatelských plánů věří, že jejich v segmentu není konkurence, zejména pokud přinášejí inovativní produkty. Toto přesvědčení je často mylné, proto je při založení podnikatelského plánu důležité provést důkladnou analýzu konkurence.

³⁹Nejprve je nutné konkurenty identifikovat, za konkurenty se považují firmy na stejném trhu s podobnými produkty. Existují také firmy, které nejsou aktuálními konkurent, ale mohou se jimi stát v budoucnu. Pokud je konkurentů mnoho, může být náročné je všechny analyzovat. Proto je užitečné je rozdělit na hlavní a vedlejší. Hlavní konkurenti dominují trhu nebo jsou velmi podobné naší firmě.

⁴⁰Po identifikaci konkurentů analyzujeme jejich silné a slabé stránky, například podle obrátu, podílu na trhu, produktů a služeb. Cílem je určit, jaké z jejich aktivit nebo plánů mohou pro naši firmu v budoucnu znamenat hrozby nebo naopak příležitosti. Během svého působení na trhu se každá firma setkává s mnoha konkurenčními výzvami, což je v podstatě boj o omezené zdroje. To zahrnuje nejen zákazníky a jejich finance určené k nákupu produktů a služeb, ale také dodavatele surovin, zdroje energie a v neposlední řadě potřebnou pracovní sílu.

⁴¹Při této analýze je klíčové brát v úvahu názory zákazníků, nejen naše vlastní pohledy. Doporučuje se proto provádět tržní průzkum a zeptat se na názor přímo potenciálních zákazníků.

3.3.3 Strategie

⁴²Strategie je spojena s dlouhodobými ambicemi firmy. Cíle představují budoucí požadované stavy nebo výsledky, kterých chce firma dosáhnout skrze své aktivity.

⁴³Při definování strategických cílů je důležité, aby splňovaly kritéria SMART:

- S (stimulating) - cíle by měly motivovat k nejlepším možným výsledkům.
- M (measurable) – je důležité, aby bylo možné měřit, zda byl cíl splněn či nikoliv.

³⁸ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s.21.

³⁹ Tamtéž, s. 22.

⁴⁰ ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. 2014. *Business plán: krok za krokem*. Praha : C.H. Beck pro praxi, 2014. s. 84.

⁴¹ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s. 22.

⁴² ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. 2014. *Business plán: krok za krokem*. Praha : C.H. Beck pro praxi, 2014. s. 16.

⁴³ Tamtéž, s. 16.

- A (acceptable) – cíle by měly být přijatelné pro všechny zainteresované strany, například vlastníky, zaměstnance, dodavatele, zákazníky a další.

- R (realistic) – cíle by měly být realistické a dosažitelné.

- T (timed) – každý cíl by měl mít stanovený časový rámec pro jeho dosažení.

⁴⁴Strategie by měly být nastaveny tak, aby podporovaly stálý rozvoj. Podnik by měl být schopný reagovat na různé nepředvídatelné události, jako jsou tržní výkyvy, technické poruchy, nedostatky surovin nebo lidské chyby. Je důležité, aby podnik dokázal tyto výkyvy řešit a minimalizoval rozdíl mezi skutečným vývojem a původním plánem, nazývaným „strategická mezera“, tak, aby nakonec dosáhl svých cílů v daném časovém rámci.

3.3.4 Marketingová strategie

⁴⁵Marketingová strategie udává směr, jak dosáhnout stanovených marketingových cílů. Cílem každého podnikatele je prodat co možná nejvíce svých produktů či služeb.

⁴⁶Marketing a prodej mají klíčový význam pro budoucí úspěch firmy. V rámci podnikatelského plánu je proto nezbytné ukázat, že máme efektivní marketingovou a prodejní strategii.

⁴⁷Marketingová strategie se v základu zaměřuje na tři hlavní oblasti:

- výběr cílového trhu
- stanovení pozice produktu na trhu
- rozhodování o marketingovém mixu

3.3.4.1 Výběr cílového trhu

⁴⁸Úspěch v realizaci podnikatelského plánu je možný pouze tehdy, pokud existuje trh se zájmem o naše produkty či služby. Je nutné se zaměřit na skupiny zákazníků, které vnímají výrobek nebo službu jako užitečnou, mají k nim snadný přístup a jsou ochotni za ně zaplatit. Pokud naše produkty či služby efektivně splňují potřeby zákazníků, bude úspěch pravděpodobnější. Namísto individualizace produktu na každého zákazníka, je

⁴⁴ ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. 2014. *Business plán: krok za krokem*. Praha : C.H. Beck pro praxi, 2014. s.17.

⁴⁵ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s. 22.

⁴⁶ Tamtéž, s. 22.

⁴⁷ Tamtéž, s. 22.

⁴⁸ Tamtéž, s. 23.

důležité segmentovat trh podle vybraných kritérií. Z těchto segmentů se následně vyberou ty, které představují nejlepší příležitost. Cílem je zaměřit se na segmenty s potencionálně nejvyšším ziskem.

3.3.4.2 Stanovení pozice produktu na trhu

⁴⁹Určení tržní pozice produktu vyjadřuje, jak je konkrétní produkt vnímán vůči konkurenčním produktům na trhu. Cílem je vytvořit specifické vnímání produktu v mysli zákazníka a odlišit se od konkurentů. Proces určení tržní pozice zahrnuje tři kroky:

- identifikace možných konkurenčních výhod produktu, na nichž lze postavit pozici
- výběr nejlepší konkurenční výhody, která je pro zákazníka důležitá, odpovídá marketingové strategii firmy a nabízí odlišnost od konkurence
- volba efektivní strategie komunikace a propagace vybrané konkurenční výhody k zákazníkům

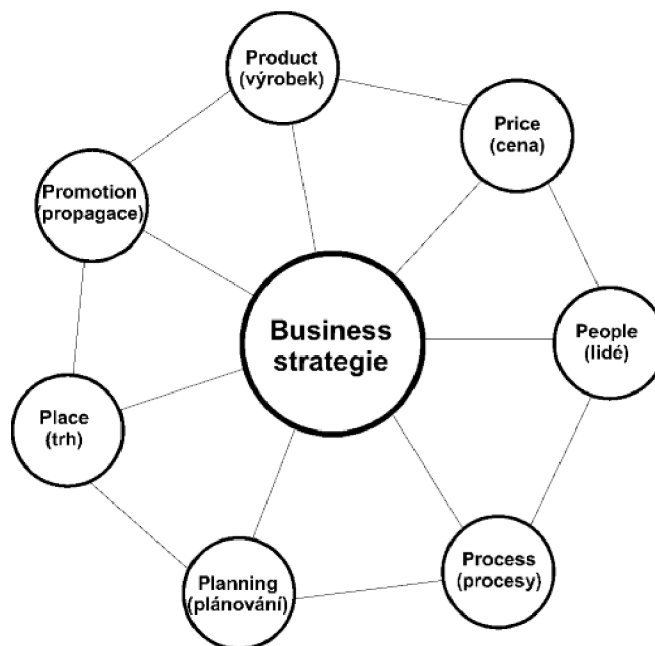
3.3.4.3 Rozhodování o marketingovém mixu

⁵⁰Dalším krokem je rozhodnutí o marketingovém mixu. Marketingový mix je kombinací nástrojů, které společnost využívá k dosažení svých marketingových cílů. Klasický model zahrnuje čtyři nástroje, známé jako 4P: produkt (product), cena (price), distribuce (place), propagace (promotion). Dalším modelem je 7P, ten zahrnuje včetně nástrojů v klasickém modelu, ještě další tři nástroje. Těmi jsou politicko-spoločenské rozhodnutí (politics), veřejné mínění (public opinion) a lidské zdroje (people).

⁴⁹ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s. 20.

⁵⁰ Tamtéž, s. 23.

Obrázek 1 Rozšířený marketingový mix



Zdroj: Červený, Ficbauer, Hanzelková, Keřkovský (2014)

⁵¹S rozvojem marketingu, který se zaměřuje na vztahy se zákazníky, se objevuje model 4C: Tento model zahrnuje 4 klíčové komponenty: zákazník (customer), náklady na zákazníka (cost), pohodlná dostupnost (convenience) a komunikace (communication).

3.3.5 Finanční plán

⁵²Finanční plán je součástí podnikatelského plánu a je určen k odhadu budoucích příjmů a výdajů firmy a potencionálního zisku. V případě využití cizích zdrojů financování bude finanční plán požadovat věřitel (banka). Hlavním cílem je zajistit, aby firma měla dostatek financí k provozu a mohla reagovat na různé finanční potřeby.

⁵³U nových firem je důležité pochopit potřebné financování pro založení firmy, nákup dlouhodobého a oběžného majetku a financování počátečních provozních nákladů do doby, než přijdou první tržby.

⁵¹ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s. 23.

⁵² RŮČKOVÁ, P. 2021. *Finanční analýza*. Praha : Grada Publishing, 2021. s. 10.

⁵³ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s. 28.

3.3.5.1 Komponenty finančního plánu

- ⁵⁴Plán peněžních toků (cash flow)
- Plánovaný výkaz zisků a ztrát
- Plánovaná rozvaha

⁵⁵Jedním z prvních kroků ve finančním plánování je kalkulace nákladů na výrobu a výnos z prodeje. Tyto údaje mohou být základem pro předběžný výkaz zisků a ztrát. Dále je třeba vytvořit plán prodeje a odhadnout bod zvratu, tedy množství prodeje potřebné k pokrytí všech nákladů, než podnik začne generovat zisk. Na základě těchto dat je možné vypočítat návratnost investice.

⁵⁶V počáteční fázi je důležité rozhodnout se, jakým způsobem bude start podnikání financován – ať už z vlastních zdrojů, bankovního úvěru, vkladu nebo půjčky od společníka atd. Potřebný objem finančních prostředků pro začátek podnikání by měl být co nejpřesněji odhadnut. Na základě těchto informací by měla být vytvořena předběžná rozvaha a výkaz o peněžních tocích.

⁵⁷Pro sestavení finančního plánu je také nezbytné znát náklady na zaměstnance potřebné k realizaci podnikatelského plánu. Vedle finančního plánu by měl být vytvořen také personální plán.

3.3.5.2 Ukazatelé finanční analýzy

Efektivnost navrhovaného podnikatelského záměru, tedy příznivý finanční vývoj firmy lze demonstrovat pomocí ukazatelů finanční analýzy.

- ⁵⁸Ukazatele rentability – měří, jak efektivně podnik vytváří zisk vzhledem k investovaným prostředkům. Rentabilita je způsob, jak posoudit, zda se investovaný kapitál do podniku vyplatil.
- ⁵⁹Ukazatele likvidity – ukazuje, zda je firma schopna splatit své krátkodobé dluhy, protože schopnost pravidelně a včas hradit své závazky je klíčová pro dlouhodobý úspěch a stabilitu podniku.

⁵⁴ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s. 23-30.

⁵⁵ ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. 2014. *Business plán: krok za krokem*. Praha : C.H. Beck pro praxi, 2014. s. 153.

⁵⁶ Tamtéž, s. 153.

⁵⁷ Tamtéž, s. 135.

⁵⁸ SRPOVÁ, J. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, 2011. s. 30.

⁵⁹ Tamtéž, s. 30.

- ⁶⁰Ukazatele aktivity – hodnotí, jak efektivně firma využívá své zdroje a jak rychle obrací určité položky majetku, jako jsou zásoby nebo pohledávky. Tento ukazatel nám říká, jak rychle firma prodá své zásoby, vybere pohledávky a splatí své závazky. Pro firmu je důležité, aby obracela své závazky pomaleji než pohledávky, jinak může čelit finančním problémům. U malých firem je tento aspekt ještě důležitější, protože nemají tak velké finanční rezervy. Je tedy důležité, aby analýzy ukazovala, jak efektivně firma řídí své aktivity a jaké to má dopady na její finanční zdraví.

- ⁶¹Ukazatele zadluženosti – hodnotí, jak firma financuje své aktivity z vlastních nebo cizích zdrojů a jaké riziko to představuje. Tyto ukazatele ukazují, jak firma využívá cizí kapitál k zvýšení svých zisků. Čím je firma více zadlužená, tím více musíme zaměřit svou pozornost na splácení dluhů v budoucnosti. Tyto ukazatele nám také říkají, jaká část majetku je financována dluhem. Optimální míra zadluženosti může být různá v závislosti na tom, v jakém oboru firma působí.

⁶⁰ RŮČKOVÁ, P. 2021. *Finanční analýza*. Praha : Grada Publishing, 2021. s. 10

⁶¹ Tamtéž, s. 143.

4 Analytická část práce

4.1 Podnikatelský záměr

Podnikatelským záměrem je založit nový podnik s konceptem, který v Poděbradech zatím nenajdeme. Podnik by měl být prostorem, který bude podporovat zdravý životní styl a nabízet vyváženou a nutričně bohatou nabídku jídel a nápojů. Hlavní vizí je provozovat příjemné prostředí kavárny, kde se mohou lidé potkávat a relaxovat při možnostech zdravého stravování.

4.1.1 Představení návrhu

- Název: Zdravá kavárna
- Adresa: Náměstí T.G.M: 1464, 290 01 Poděbrady
- Kontakt: Aneta Tůmová
- Forma podnikání: osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)
- Předmět podnikání: hostinská činnost, velkoobchod a maloobchod

Kavárna by měla vzniknout v nájemných prostorech, které budou k dispozici po skončení činnosti současné zmrzlinárny. Podnikatel plánuje podnikat v hostinské činnosti, která spadá obsahově do živností řemeslných, a zároveň se zaregistruje na provozování živnosti volné, zaměřené na velkoobchod a maloobchod. Vedle pohostinské činnosti bude sortiment kavárny rozšířen o další produkty, které zde budou k prodeji.

Obrázek 2 Logo kavárny



Zdroj: vlastní zpracování (2024)

4.1.2 Lokalita

Kavárna by se měla nacházet v centru města Poděbrady na rušné lázeňské kolonádě. Do Poděbrad přijíždí každoročně desítky tisíc lázeňských hostů, tudíž by se tento koncept kavárny mohl stát atraktivním místem pro tyto návštěvníky. Další cílovou skupinou by pro mě byli i místní občané, kteří hledají lehké a zdravé občerstvení. Vzhledem k tomu, že se o zdravý životní styl zajímá stále více lidí, kavárna by si dle mého názoru své zákazníky určitě našla.

4.2 Produkty

4.2.1 Nápoje

Kavárna by měla být především o kávě, proto je důležité vybrat kávu nejvyšší kvality. Pro tento podnik byla vybrána pražírna kávy Amáres, která se nachází přímo v Poděbradech. Zrnka jsou pražena jemnějším severským způsobem, jehož výsledkem je světleji upražená káva. Tato metoda pražení rozvine charakteristické chutě a aroma jednotlivých kávových odrůd. Je vhodná pro milovníky kávy, kteří si potrpí na její chuť a hledají v kávě více než jen povzbuzení. Severské pražení je také považováno za zdravější, než je tradiční tmavé pražení. Světle pražená káva obsahuje nižší hladinu akrylamidu, která vzniká při vysokoteplotním zpracování. Dále obsahuje vyšší hladiny antioxidantů, jako je kyselina chlorogenová, která má zdraví prospěšné účinky a pomáhá chránit před oxidativním stresem a zánětem. Také si zachová více vitamínu B3 a minerálů, zejména draslíku a hořčíku. Je více šetrná k žaludku, jelikož je méně kyselá a má jemnější chuť, proto je také více vhodná pro lidé s citlivějším zažívacím systémem.

V nabídce budou tyto druhy kávových zrn:

- Honduras Capucas – Pochází z regionu Santa Barbara 1400 – 1800 m.n.m., v chuti nalezneme tóny mandlí, tabáku, karamelu a oříšků.
- Peru Organic – Je z regionu Namballe 1500 – 2000 m.n.m. V chuti můžeme rozeznat tóny sušeného ovoce, pražených mandlí a červeného jablka.
- Brazílie Catuai – Z regionu Carmo de Minas 1300 m.n.m., vyznačuje se výrazným tělem s tóny hořké čokolády a výraznou chutí.

Nabídka druhů kávy:

- Espresso
- Espresso machiato
- Lungo/Americano
- Double espresso
- Cappucino
- Caffè latte
- Flat white

Jako alternativa kravského mléka bude nabízeno ovesné a mandlové mléko.

V nabídce bude také bezkofeinová káva.

Dalšími nabízenými nápoji budou různé druhy čajů, které se liší nejen svou chutí, ale i svými zdravotními přínosy. V nabídce budou tyto druhy:

- Bylinná směs
- Zázvorový čaj
- Ovocný čaj
- Černý čaj

Specialitou v nabídce čajů bude zelený čaj Matcha. Tento tradiční japonský čaj ze zelených listů je poslední dobou velkým trendem v oblasti gastronomie. Matcha obsahuje velké množství L-theaninu, který napomáhá k postupnému a stabilnímu vyrovnávání energie. Pravidelná konzumace může snižovat riziko srdečního onemocnění, podporovat imunitní systém či zvýšit metabolický výdej, který vede k vyššímu spalování tuků. Samotný prášek ze zelených listů není úplně pro každého, ale dá se použít do jiných forem nápojů, jako je například:

- Matcha smoothie – v kombinaci s rozmixovaným ovocem.
- Matcha latte – v kombinaci s kravským nebo rostlinným mlékem.

Mezi nealkoholické nápoje budou dále zařazeny také jak zdravější a originálnější alternativy tradičních nápojů, tak klasické nápoje.

- Ovocné smoothie (banán, maliny, mango, mandlové mléko, chia semínka, javorový sirup)
- Detoxikační smoothie (špenát, kiwi, jablko, petržel, voda)

- Fresh juice (pomeranč/jablko/zázvor)
- Domácí limonáda (zázvor/ maracuja/malina/bezinka)
- Domácí ledový čaj
- Mattoni (neperlivá/jemně perlivá)
- Džbán vody s citrónem a mátou

Mezi alkoholické nápoje budou zařazeny jen nápoje s nízkým obsahem alkoholu, které jsou vhodné pro lehké a osvěžující drinky. Tyto nápoje se dají ideálně kombinovat s dopoledním posezením při snídani, či odpoledním posezením u zdravého dezertu.

- Pomerančová mimosa (prosecco, čerstvá pomerančová šťáva)
- Jablečná mimosa (prosecco, čerstvá jablečná šťáva)
- Aperol spritz (aperol, prosecco, sodovka)
- Lillet Blanc Spritz (Lillet Blanc, toniková voda, sodovka)
- Hruškové belliny (hruškové pyré, prosecco)

4.2.2 Snídaně

Tento koncept stravování by mohl být pro kavárnu strategickým prvkem. V posledních letech jsou návštěvy restauračních zařízení za účelem brzké či pozdější snídane stále více oblíbené. Z tohoto důvodu bude kavárna nabízet snídane v širším časovém intervalu od 8:00 do 15:00 hodin. Prodloužená nabídka snídani by mohla přilákat širší spektrum hostů, nejen ty, kteří jsou zvyklí snídat v ranních hodinách, ale i ty, kteří preferují pozdější snídane. Další výhodou by mělo být rozložení návštěvnosti během celého dopoledne. Touto nabídkou se kavárna bude odlišovat od zbytku konkurence, která se v Poděbradech nachází, a mohla by být klíčovým faktorem při vybírání podniku.

Slané snídane

- Avokádový chléb (avokádo, granátové jablko, borůvky, polníček)
- Vejce Benedikt (brioška, polníček, rajče, slanina, 2 sázená vejce, holandská omáčka, jarní cibulka)
- Bagel (2 sázená vejce, polníček, rajče, slanina, cheddar)
- Slané lívance (sázené vejce, bylinková pomazánka, pečená rajčata, parmezán, jarní cibulka, polníček)

Sladké snídaně

- Smoothie bowl s čerstvým ovocem a domácí granolou (ovoce, řecký jogurt, mandlové mléko, med)
- Proteinové palačinky (ovesné vločky, banán, proteinový prášek, mandlové mléko, čekankový sirup)
- Jablečné lívance (jablečná omáčka, skořicový cukr, mascarpone, tvaroh, medové ořechy)

4.2.3 Zdravé dezerty

- Chia puding s čerstvým ovocem
- Banana bread s ořechy
- Matcha dort
- Mrkvový dort
- Mrkvové muffiny
- Veganské brownie
- Ovesné sušenky s čokoládou
- Proteinové tyčinky
- Citrónové tyčinky
- Ovocný sorbet (mango/malina/jahoda)

4.2.4 Ostatní služby kavárny

Kavárna by chtěla rozšířit nabídku také o prodej baleného zdravého zboží, které si bude moci zákazník zakoupit s sebou. Zboží by se nacházelo ve speciální polici vedle pultu, kde si ho zákazník bude moci v klidu prohlédnout. V nabídce budou produkty vhodné pro různé diety a životní styly. Sortiment bude zahrnovat raw produkty, veganské produkty, bezlepkové produkty, bio potraviny či fair trade potraviny. Vedle produktů budou informace o výživových benefitech nabízených produktů a jejich pozitivním dopadu na zdraví. Tento doplňkový prodej nabídne zákazníkům něco „extra“ a posílí image kavárny jako místa, které se zajímá zejména o zdravý životní styl.

4.3 Konkurence

Do porovnání konkurence jsou vybrány podniky, které se nachází nejbližší. První tři podniky se nachází přímo na lázeňské kolonádě a poslední podnik se nachází zhruba 50 metrů od kolonády.

4.3.1 Café Oliver

Café Oliver je jedním z mnoha podniků společnosti La Place, která v Poděbradech dominuje. Lze ho považovat za největšího konkurenta pro všechny podnikatele v Poděbradech. Speciálně tato restaurace je vytvořena ve francouzském stylu a již má svou pravidelnou klientelu. Disponuje svou zahrádkou přímo vedle kolonády a má velice dobré hodnocení.

4.3.2 Kavárna Viola

Kavárna Viola je považována za pravou lázeňskou kavárnu, jelikož se nachází v prostorech secesní Zimní kolonády. Je oblíbená hlavně mezi lázeňskými hosty a pro mladší potencionální zákazníky může působit zastarale.

4.3.3 Kavárna Hodiny

Tato kavárna se nachází v Hotelu Libenský, ovšem je otevřena i pro veřejnost. Svůj název dostala díky výhledu na proslulé květinové hodiny. Je také velice oblíbená mezi lázeňskými hosty, pro které jsou zde pravidelně pořádány taneční večery. Kavárna Hodiny a Kavárna Viola jsou provozovány stejnou společností a cílí na stejné zákazníky. Nabízejí z většiny stejný sortiment za totožné ceny. Někteří zákazníci si stěžují na špatnou kvalitu kávy.

4.3.4 Café Ritual

Café Ritual se již nenachází přímo na lázeňské kolonádě, je situován o ulici vedle. Není považován za typickou kavárnu, jelikož poskytuje různé možnosti stravování, jako jsou snídaně, brunches či obědy. Disponuje svým stylem a atmosférou, podle recenzí si však zákazníci stěžují na pomalejší obsluhu.

4.4 Marketingová a obchodní strategie

Pro nově otevřenou kavárnu je velmi důležitá efektivní marketingová a obchodní strategie. Zásadní je, aby se potenciální zákazníci o podniku a jeho nabízených službách dozvěděli. Propagace bude založena na značce, která nabízí jiné hodnoty než ostatní podniky. Kavárna má v plánu založit jednoduché webové stránky, které poskytnou zákazníkům přehled o kultuře podniku, jeho nabídce jídel a nápojů, otevírací dobu, adresu a kontakt. Zákazník zde nalezne i jednotlivě popsané produkty jejich zdravotní benefity. Internetové stránky budou obsahovat nejen fotografie produktů, ale i fotografie interiéru.

Hlavní propagace proběhne využitím sociálních sítí, jako jsou Facebook nebo Instagram. Tento prostředek je ideální pro sdílení fotografií či videí s aktuální nabídkou kavárny. Budou se zde prezentovat sezónní nabídky, slevy, i události, které budou v kavárně organizovány.

Pro zvýšení povědomí mezi potenciálními návštěvníky bude kavárna spolupracovat s fitness centry a jóga studii, kterých se v Poděbradech nachází nespočet. Tento krok by mohl kavárně pomoci se propojit s lidmi, kteří dbají na své zdraví.

Pro podporu udržení si stávajících zákazníků, bude zaveden věrnostní program, který bude spočívat ve sbírání bodů za zakoupenou kávu. Každou pátou kávu dostane zákazník zdarma.

V budoucnu by kavárna mohla mít i svůj stánek na různých kulturních akcích, které jsou v Poděbradech pravidelně pořádány. Podnik by se zde mohl prezentovat kvalitní zdravější kávou a jejich zdravými dezerty.

Tyto nástroje by měly zajistit jak zviditelnění a získání nových zákazníků, tak i udržet zájem stávajících zákazníků.

4.5 SWOT analýza

Ve SWOT analýze uvedu externí a interní faktory, které by mohly na tento podnik působit.

Silné stránky

Za silnou stránku bychom mohli považovat zcela nový koncept podniku, který je zaměřen na zdravou stravu. Nabídka produktů ze zdravých surovin je poslední dobou stoupajícím trendem. Další hlavní předností je lokalita, kavárna by se měla nacházet v centru lázeňského města, s výhledem přímo na lázeňskou kolonádu. Další výhodou by měla být dosažení moderním vybavením a zařízením interiéru kavárny. Kavárna by měla být útulná, zároveň v moderním stylu a poskytovat zákazníkům příjemnou atmosféru.

Slabé stránky

Při otevření nového podniku je nutné za slabou stránku považovat to, že jsme úplným nováčkem a potenciální zákazníci o nás ještě nevědí. Další slabou stránkou by mohlo být specializované zaměření na zdravou stravu. Pro některé zákazníky nemusí být tento typ podniku přitažlivý.

Příležitosti

Za velkou příležitost se dá opět považovat rostoucí popularita zdravého životního stylu. V Poděbradech se nachází široká škála fitness center či jóga studií, které navštěvují naši cíloví zákazníci. Partnerství s těmito podniky by mohlo být výhodné pro propagaci kavárny. Další příležitostí by mohlo být založení sociálních sítí, kde by podnik mohl informovat své zákazníky o zdravotních benefitech nabízených produktů.

Hrozby

Za největší hrozbu je nutné považovat konkurenci, jak jsem již bylo zmíněno. Poděbrady celoročně navštěvuje mnoho lázeňských hostů, tudíž se tato lokalita stává atraktivním místem pro mnoho podnikatelů. Další hrozbou může být změna preferencí zákazníků, která povede k poklesu poptávky po nutričně vyvážených produktech. Pro podniky nabízející stravovací služby je také velké riziko kolísání ekonomiky, zejména v době poklesu kupní síly obyvatelstva, kdy se lidé vyhýbají stravování mimo domov. Za hrozbu by se také měly považovat sezónní výkyvy cestovního ruchu, tedy především doba mimo lázeňskou sezónu.

4.6 Zakladatelský rozpočet

Založení kavárny vyžaduje pečlivé plánování a sestavení rozpočtu, aby bylo možné pokrýt všechny potřebné náklady. Zakladatelský rozpočet vychází ze všech předpokládaných příjmů a výdajů, které jsou spojené s otevřením a následným provozem kavárny. V první tabulce se nachází základní položky, které slouží pro plánování a řízení finančních zdrojů.

Jedná se o předpokládanou měsíční tržbu, založenou na předpokládaném počtu zákazníků a jejich průměrné útratě. Ta byla vypočítána z odhadované návštěvnosti 50 zákazníků denně a jejich průměrné útratě 200 Kč/den. Dále jsou v tabulce č. 1 uvedeny předpokládané náklady na jednoho zaměstnance. Tato částka zahrnuje mzdový náklad před odvedením daní a pojištění, následně i částku odvedenou na zdravotní a sociální pojištění. Výpočet čisté mzdy je uveden v tabulce č. 5. Dalšími položkami jsou odvod sociálního a zdravotního pojištění za podnikatele, ostatní náklady a měsíční režie, pojištění majetku, úvěr od banky a leasing.

Tabulka 1 Základní položky rozpočtu (Kč/měsíc)

Předpokládaná měsíční tržba	450 000 Kč
Hrubá měsíční mzda 1 zaměstnance	26 000 Kč
Zdravotní a sociální pojištění za zaměstnance	8 789 Kč
Zdravotní a sociální pojištění podnikatele	6 820 Kč
Ostatní náklady a měsíční režie	65 000 Kč
Roční pojištění majetku	30 000 Kč
Úvěr od banky	350 000 Kč
Leasing	369 900 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

Provozní náklady kavárny (za měsíc) jsou odhadnuty na 65 000 Kč. Zahrnují nájem ve výši 40 000 Kč, platbu za elektřinu, plyn a vodu ve výši 20 000 Kč a ostatní režijní výdaje ve výši 5 000 Kč. Roční pojištění majetku vyjde na 30 000 Kč.

4.6.1 Počáteční investice

Zahájení podnikání bude vyžadovat značné počáteční investice. Finanční prostředky pro počáteční investici budou zajištěny vlastním kapitálem ve výši 300 000 Kč a úvěrem od banky v hodnotě 350 000 Kč. Splátkový kalendář úvěru viz příloha 1.

Nejvýznamnější investiční položkou je nákup profesionálního kávovaru, který je základem pro výrobu kvalitní kávy. Ke kávovaru bude pořízeno další příslušenství potřebné k výrobě kávy, společně s mlýnkem na kávu. Pronajaté prostory rovněž vyžadují nákup chladicího zařízení a cukrárenského pultu pro vystavování produktů. Dále je potřeba pořídit pokladní systém.

Kuchyňské prostory jsou spotřebiči plně vybaveny, tudíž vyžadují jen koupi kuchyňského náčiní a servírovacího nádobí.

Značná finanční částka bude využita na prvky, které přispějí k celkovému dojmu kavárny. Jako první proběhne renovace a úprava prostor, dále bude kavárna vybavena různými dekoracemi a doplňky. Důležitým prvkem bude také speciální osvětlení pro vytvoření příjemné atmosféry. Tato vylepšení by měla přilákat zákazníka na první pohled a vytvořit ideální místo pro jeho posezení.

Pro nový podnik je důležité vyčlenit finanční prostředky na reklamní kampaň před otevřením. Výdaje budou určeny na vytvoření profesionálních webových stránek, tisk letáků a dalších propagačních materiálů.

Prostředky budou dále využity na nákup počátečních zásob a na ostatní provozní náklady, dokud podnik nezačne generovat stabilní příjmy.

Tabulka 2 Počáteční investice (Kč)

Kávovar	129 470 Kč
Mlýnek na kávu	2 500 Kč
Příslušenství ke kávovaru	1 500 Kč
Chladicí zařízení	14 580 Kč
Cukrárenský pult	31 834 Kč
Pokladna	12 000 Kč
Vybavení kuchyně	20 000 Kč
Nádobí	30 000 Kč
Renovace a úprava prostor	50 000 Kč
Dekorace	40 000 Kč
Osvětlení	18 000 Kč
Marketingové náklady	23 000 Kč
Ostatní náklady	30 000 Kč
Akontace automobilu	110 970 Kč
Celkem	513 854 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

Do počáteční investice spadá taktéž akontace automobilu Škoda Fabia, která činí 30 % z pořizovací ceny automobilu.

Tabulka 3 Leasing – vstupní data (splátkový kalendář viz příloha 2)

Pořizovací cena	369 900 Kč
Akontace (30 %)	110 970 Kč
Roční úrok	7,40 %
Roční poplatky	1 000 Kč
Počet měsíců	36
Měsíční splátka	8876 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

4.6.2 Odepisování hmotného majetku - kávovaru

Kávovar v hodnotě 129 470 Kč zařazujeme do dlouhodobého hmotného majetku. Spadá do skupiny 2 s dobou odpisování 5 let. Bude odepisován rovnoměrnými daňovými odpisy, v první roce se sazbou 11 % a v následujících letech 22,5 % ze vstupní ceny.

Tabulka 4 Odpisy hmotného majetku

Rok	Daňové odpisy (Kč)	Sazba (%)	Zůstatková cena (Kč)
2024	14 242	11,00	115 228
2025	28 808	22,25	86 420
2026	28 808	22,25	57 612
2027	28 808	22,25	28 804
2028	28 808	22,25	0

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

4.6.3 Výpočet čisté mzdy

Kavárna bude zaměstnávat 3 zaměstnance na hlavní pracovní poměr. Mzda zaměstnanců je inspirována údaji o průměrných mzdách na pozici obsluhy kavárny v lokalitě Středočeského kraje.⁶² Průměr je vypočítán z 18 anonymně zadaných mezd v této lokalitě za posledních 36 měsíců a činí 25 429 Kč. Stanovená mzda 26 000 Kč je mírně nad průměrem regionálního trhu a zohledňuje očekávání kvalitních služeb a poskytování příjemného prostředí pro zákazníky.

Tabulka 5 Výpočet čisté mzdy zaměstnance (Kč)

Hrubá mzda	26 000 Kč
Sociální a nemocenské pojištění placené zaměstnancem	1 846 Kč
Zdravotní pojištění placené zaměstnancem	1 170 Kč
Záloha na daň před odečtením slev	3 900 Kč
Sleva na poplatníka	2 570 Kč
Záloha na daň po slevách	1 330 Kč
Čistý měsíční příjem	21 654 Kč
Sociální pojištění placené zaměstnavatelem	6 449 Kč
Zdravotní pojištění placené zaměstnavatelem	2 340 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

⁶² INDEED, cz.indeed.com [online]. 2024, [cit. 2024-03-08] Dostupné z: https://cz.indeed.com/career/obsluha-kav%C3%A1rny/salaries/St%C5%99edo%C4%8Desk%C3%BD-kraj?from=top_sb

4.6.4 Rozpočet měsíčních provozních nákladů

V následující tabulce č. 6 jsou znázorněny celkové měsíční náklady, které jsou nezbytné pro financování podniku. Přímé náklady představují výdaje spojené přímo s nákupem a výrobou produktů.

Tabulka 6 Rozpočet měsíčních provozních nákladů (Kč)

Přímé náklady	202 500 Kč
Mzdové náklady	78 000 Kč
Ostatní náklady a režie	65 000 Kč
Měsíční pojištění majetku	2 500 Kč
Leasingová splátka	8 836 Kč
Zdravotní a sociální pojištění za zaměstnance	8 789 Kč
Zdravotní a sociální pojištění podnikatele	6 820 Kč
Měsíční provozní náklady bez rezervy	372 445 Kč
10 % (z provozních nákladů) rezerva na nepředvídané výdaje	37 245 Kč
Měsíční provozní náklady včetně rezervy	409 690 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

4.6.5 Roční rozpočet výnosů a nákladů

Výsledkem ročního rozpočtu výnosů a nákladů je zisk kavárny před zdaněním. Ročním výnos je tvořen tržbami z prodeje produktů a poskytovaných služeb. Náklady zahrnují pravidelné provozní výdaje po celý rok, včetně leasingových splátek, dále úroky z úvěru a odpisy, které odrážejí postupné opotřebení dlouhodobého majetku. Z těchto nákladů odečteme nedaňové náklady, tedy zdravotní a sociální pojištění podnikatele. Výsledkem jsou pro nás daňové náklady celkem.

Tabulka 7 Roční rozpočet výnosů a nákladů (Kč)

VÝNOSY	
Tržby celkem	5 400 000 Kč
NÁKLADY	
Měsíční náklady vč. rezervy x 12 měsíců	4 916 274 Kč
Úroky z úvěru	40 189 Kč
Odpisy	14 248 Kč
Náklady celkem	4 970 711 Kč
Nedaňové náklady (zdravotní a sociální pojištění podnikatele)	81 840 Kč
Daňové náklady celkem	4 888 871 Kč
Zisk před zdaněním	511 129 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

4.6.6 Daň z příjmu (OSVČ)

Daň z příjmu je spočítána z upraveného základu daně, tj. 511 100 Kč. Podnikatel uplatňuje jen slevu na poplatníka, která činí pro rok 2024 30 840 Kč. Začínající podnikatel hradil pouze minimální zálohy na zdravotní a sociální pojištění, ke konci období je nutné provést úpravy založené na skutečném příjmu. V důsledku konečného vyúčtování podle skutečných příjmů vznikl pro podnikatele doplatek nad rámec původně hrazených minimálních záloh, který činí 23 825 Kč.

Tabulka 8 Výpočet daně z příjmu (Kč)

Upravený základ daně (zaokrouhлено na celé 100 dolů)	511 100 Kč
Daň (15 %)	76 665 Kč
Sleva na poplatníka	30 840 Kč
Celková daňová povinnost	45 825 Kč
Doplatek na zdravotním a sociálním pojištění podnikatele	23 825 Kč
ČISTÝ ZISK	441 479 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

4.6.7 Rozdělení zisku a reálný cash-flow

Následující tabulka č. 9 poskytuje přehled o rozdělení čistého zisku a tvorbě reálného cash-flow podniku. Čistý zisk představuje zisk podniku po odečtení všech nákladů od tržeb.

Tabulka 9 Rozdělení zisku a reálný cash-flow (Kč)

Čistý zisk	441 479 Kč
Odpisy	14 248 Kč
Celkový cash-flow	455 727 Kč
Splátka úvěru	131 168 Kč
Pro potřeby podnikatele zbývá:	324 559 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

4.6.8 Oportunitní náklady

Z tab. č. 9 vyplývá, že částka 324 559 Kč zbývá pro potřeby podnikatele. Pro posouzení finanční výhodnosti podnikání je nutné porovnat tuto částku s možnými oportunitními náklady.

Tabulka 10 Oportunitní náklady (Kč/rok)

Podnikatelova čistá mzda ze závislé činnosti (30 000 Kč hrubého/měsíc)	295 080 Kč
Úrok z vlastního kapitálu (3 % p.a.)	9 000 Kč
Zisk z podnikání:	20 479 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

Po odečtení oportunitních nákladů zbývá čistý zisk z podnikání 20 479 Kč, který by získal v případě, že by neinvestoval svůj čas a kapitál do této podnikatelské činnosti v prvním roce podnikání.

4.7 Finanční analýza

Finanční analýza je zaměřena na ukazatele rentability a nákladovosti.

4.7.1 Rentabilita aktiv (ROA)

$$\text{Výpočet: } 511\,129 / 300\,000 + 350\,000 = 0,79 * 100 = 79 \% \quad (1)$$

Vzhledem k tomu, že rentabilita aktiv by měla být vyšší než 5 %, ukazuje tento výsledek na velmi efektivní využívání investovaného kapitálu ve srovnání s ostatními investičními příležitostmi.

4.7.2 Rentabilita tržeb (ROS)

Vysoká rentabilita tržeb může znamenat, že má podnik silnou kontrolu nad svými náklady anebo dokáže své produkty nabízet s větší přidanou hodnotou za vyšší ceny.

$$\text{Výpočet: } 511\,129 / 5\,400\,000 * 100 = 9,4 \% \quad (2)$$

Výsledek udává, že podnik generuje 9,4 haléřů zisku z každé koruny tržeb. Hodnota rentability tržeb by měla dosahovat alespoň 10 %, aby zaručovala dostatečné množství prostředků pro zajištění financování kavárny.

4.7.3 Rentabilita nákladů (ROC)

U rentability nákladů je důležité sledovat strukturu nákladů, jako jsou materiálové náklady, náklady na mzdy či marketingové výdaje, abychom měli přehled o rezervách a zvýšit tak celkovou efektivnost podnikání.

$$\text{Výpočet: } 441\,479 / 4\,970\,711 * 100 = 8,8 \% \quad (3)$$

Výpočet rentability nákladů ukazuje, že každá koruna vynaložených nákladů generuje čistý zisk ve výši 8,8 haléřů. U ekonomicky silných firem se tato hodnota pohybuje až okolo 30 %. I přesto se dá hodnota 8,8 % považovat na začátku podnikání za uspokojující. V oblasti pohostinství je tento výsledek srovnatelný.

4.7.4 Nákladovost tržeb

$$\text{Výpočet: } 4\,970\,711 / 5\,400\,000 * 100 = 92 \% \quad (4)$$

Tento výsledek naznačuje, že na každou korunu tržeb připadá 92 haléřů nákladů. V tomto případě má podnik relativně vysokou úroveň nákladů ve vztahu k tržbám, která by měla vést k možným opatřením snížení nákladů nebo zvýšení tržeb.

5 Zhodnocení výsledků

Zakladatelský rozpočet poskytl přehled o všech počátečních investicích nutných k zahájení činnosti podniku. Rozpočet byl sestaven na základě důkladné přípravy a realistických odhadů, které ukazují na zahájení úspěšného podnikání. Z výsledků vyplývá, že kavárna má potenciál pro ziskové podnikání. Čistý zisk a celkový cash-flow naznačují, že podnik má schopnost produkovat finanční prostředky pro pokrytí všech nákladů, ale i pro vytvoření zisku pro majitele podniku. Porovnání s oportunitními náklady ukázalo, že provozování tohoto podniku by pro majitele byla výhodnější volba než věnování svého času například do zaměstnání na plný úvazek nebo kapitálu do jiné investiční příležitosti. Zakladatelský rozpočet byl sestaven pro první rok provozu kavárny, kavárna sice dosahuje zisku, ten ale nemusí být natolik významný, aby přesvědčil začínajícího podnikatele rozjet svůj vlastní podnik. Je důležité připomenout, že v období prvních tří let jsou do nákladů zahrnuty finanční závazky, jako jsou úvěr pro počáteční investici a leasing automobilu. Tyto významné nákladové položky budou v průběhu tří let splaceny a kavárna by mohla očekávat vyšší zisky.

Finanční analýza zaměřená na ukazatele rentability ukázala, že podnikatelský plán by měl být ekonomicky výhodný. Rentabilita celkově investovaného kapitálu (79 %) naznačuje, že zdroje byly investovány efektivně a přináší vysoký výnos. Rentabilita tržeb (9,4 %) a nákladů (8,8 %) ukazují, že podnik dokáže přeměnit tržby i vynaložené náklady na zisk. Nákladovost tržeb ukázala, že má podnik relativně vysokou úroveň nákladů ve vztahu k tržbám.

Pomocí SWOT analýzy bylo odhaleno, že podnik má silné stránky zejména ve svém inovativním nápadu a strategickém umístění. Za slabou stránku je nutno považovat vysokou konkurenci v tomto oboru podnikání. Za velkou příležitost je považován stoupající trend posledních let, kterým je zaměření se na zdravý životní styl. Mezi hrozby jsou zahrnuty změny v preferencích zákazníků a potencionální ekonomické poklesy. SWOT analýza poskytla cenné informace pro budoucí strategické plánování.

Marketingová strategie, zacílená na oslovení sociálních skupin a budování vlastní značky přes sociální sítě, by měla být účinným způsobem. Umožní kavárně komunikovat se zákazníky, sdílet nejnovější informace a získávat zpětnou vazbu od zákazníků.

6 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zpracovat návrh podnikatelského záměru na založení „zdravé kavárny“. Dílčím cílem bylo provedení analýzy potenciaálních hrozeb, které by mohly podnikatelův záměr ohrozit. Tento podnikatelský plán byl zpracován s ohledem na reálně existující objekt, což podtrhuje jeho praktickou aplikovatelnost.

V práci byl představen podnikatelský plán pro založení podniku, vycházející z předchozích teoretických poznatků. Byla zde představena nabídka produktů a služeb, které bude kavárna nabízet. Nabídka kavárny disponuje svými nutričně vyváženými pokrmy a nápoji. Dále se podnik může prezentovat svou nabídkou pozdních snídaní, o kterou začíná být v poslední době stále větší zájem.

V rámci tržní analýzy bylo zjištěno, že v Poděbradech se nachází poměrně vysoká konkurence kaváren. Z tohoto důvodu byla doporučena marketingová a obchodní strategie. SWOT analýza umožnila porozumět interním silným stránkám a slabinám podniku, stejně jako vnějším příležitostem a hrozbám.

Velká část práce se věnovala zakladatelskému rozpočtu, kde byly podrobně popsány všechny náklady a výnosy nutné k založení a následnému fungování podniku. V zakladatelském rozpočtu se počítá s tím, že kavárna bude financována z kapitálu majitele a bankovního úvěru, který bude splácen tři roky. Činnost kavárny na základě ukazatelů ekonomické efektivity vyjadřuje, že v prvním roce podnikání je dosaženo nízké rentability především z důvodu vysokých nákladů vynaložených na začátku podnikání, což je obvyklé. Po splacení úvěru a leasingu na pořízení investic, za podmínek předpokládaných tržeb a nákladů, by se efektivnost měla zvýšit. Předpokládaný zisk čtvrtého roku podnikání činí 262 567 Kč.

S ohledem na důkladně zpracovaný podnikatelský rozpočet se jeví, že navzdory počátečním investicím a vysokým nákladům, má tato kavárna silný základ pro budoucí růst. Investice do kavárny se zdá být slibnou cestou k dosažení podnikatelského úspěchu.

7 Seznam použitých zdrojů

- BRYCHTA, I., BULLA M., KRUPOVÁ T., KUCHAROVÁ I., PILAŘOVÁ I., PŠENKOVÁ Y., STROUHAL J. *Účetnictví podnikatelů 2022*. 19. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2022. Meritum (Wolters Kluwer ČR). ISBN 978-80-7676-351-7.
- ČERVENÝ, R. *Business plán: krok za krokem*. C.H. Beck pro praxi. Praha: C.H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-511-4.
- DUCHÁČKOVÁ, D. Orange Academi [online]. 2021 [cit. 2023-10-20]. Dostupné z: <https://orangeacademy.cz/clanky/spolecnost-s-rucenim-omezenym/>.
- gov.cz. Gov.cz [online]. 2021, 2022 [cit. 2023-10-20]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/sluzby-vs/vznik-zivnostenskeho-opravneni-S757>).
- INDEED, cz.indeed.com [online]. 2024, [cit. 2024-03-08] Dostupné z: https://cz.indeed.com/career/obsluha-kav%C3%A1rny/salaries/St%C5%99edo%C4%8Desk%C3%BD-kraj?from=top_sb
- PEŠKOVÁ, R., JINDŘICHOVSKÁ, I. *Finanční analýza*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2011. ISBN 978-80-86730-80-6.
- SRPOVÁ, J. *Podnikatelský plán a strategie*. Expert (Grada). Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.
- SRPOVÁ, J. *Začínáme podnikat: s případovými studii začínajících podnikatelů*. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 978-80-271-2253-0.
- Úplné znění č. 63/2001 Sb.: Úplné znění zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, jak vyplývá z pozdějších změn. In: Sbíрка zákonů. 2021, 23/2001. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-63/zneni-0>. [Online]
- Zákon č. 455/1991 Sb. Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon): Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) ze dne 2. října 1991. In: Sbíрка zákonů. 1991, 89/1991. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455> [Online]
- Zákon č. 90/2012 Sb. Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích): Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ze dne 25. ledna 2012. In: Sbíрка zákonů. 2012, 34/2012. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>. [Online]

8 Seznam obrázků a tabulek

8.1 Seznam obrázků

Obrázek 1 Rozšířený marketingový mix	25
Obrázek 2 Logo kavárny	28

8.2 Seznam tabulek

Tabulka 1 Základní položky rozpočtu (Kč/měsíc)	36
Tabulka 2 Počáteční investice (Kč)	37
Tabulka 3 Leasing – vstupní data (splátkový kalendář viz příloha 2)	38
Tabulka 4 Odpisy hmotného majetku	38
Tabulka 5 Výpočet čisté mzdy zaměstnance (Kč)	39
Tabulka 6 Rozpočet měsíčních provozních nákladů (Kč)	40
Tabulka 7 Roční rozpočet výnosů a nákladů (Kč)	41
Tabulka 8 Výpočet daně z příjmu (Kč)	41
Tabulka 9 Rozdělení zisku a reálný cash-flow (Kč)	42
Tabulka 10 Oportunitní náklady (Kč/rok)	42

Přílohy

Příloha 1 Splátkový kalendář úvěru

Měsíc	Úmor	Úrok	Splátka	Zůstatek dluhu	Zaplacené úroky
1.	8 664 Kč	2 266 Kč	10 931 Kč	341 336 Kč	2 266 Kč
2.	8 720 Kč	2 210 Kč	10 931 Kč	332 615 Kč	4 476 Kč
3.	8 777 Kč	2 154 Kč	10 931 Kč	323 838 Kč	6 630 Kč
4.	8 834 Kč	2 097 Kč	10 931 Kč	315 004 Kč	8 727 Kč
5.	8 891 Kč	2 040 Kč	10 931 Kč	306 113 Kč	10 767 Kč
6.	8 949 Kč	1 982 Kč	10 931 Kč	297 165 Kč	12 749 Kč
7.	9 006 Kč	1 924 Kč	10 931 Kč	288 158 Kč	14 673 Kč
8.	9 065 Kč	1 866 Kč	10 931 Kč	279 094 Kč	16 539 Kč
9.	9 124 Kč	1 807 Kč	10 931 Kč	269 970 Kč	18 346 Kč
10.	9 183 Kč	1 748 Kč	10 931 Kč	260 788 Kč	20 094 Kč
11.	9 242 Kč	1 689 Kč	10 931 Kč	251 546 Kč	21 782 Kč
12.	9 302 Kč	1 629 Kč	10 931 Kč	242 244 Kč	23 411 Kč
13.	9 362 Kč	1 569 Kč	10 931 Kč	232 882 Kč	24 980 Kč
14.	9 423 Kč	1 508 Kč	10 931 Kč	223 459 Kč	26 488 Kč
15.	9 484 Kč	1 447 Kč	10 931 Kč	213 975 Kč	27 935 Kč
16.	9 545 Kč	1 385 Kč	10 931 Kč	204 430 Kč	29 320 Kč
17.	9 607 Kč	1 324 Kč	10 931 Kč	194 823 Kč	30 644 Kč
18.	9 669 Kč	1 261 Kč	10 931 Kč	185 154 Kč	31 905 Kč
19.	9 732 Kč	1 199 Kč	10 931 Kč	175 422 Kč	33 104 Kč
20.	9 795 Kč	1 136 Kč	10 931 Kč	165 627 Kč	34 240 Kč
21.	9 858 Kč	1 072 Kč	10 931 Kč	155 769 Kč	35 312 Kč
22.	9 922 Kč	1 009 Kč	10 931 Kč	145 847 Kč	36 321 Kč
23.	9 986 Kč	944 Kč	10 931 Kč	135 861 Kč	37 265 Kč
24.	10 051 Kč	880 Kč	10 931 Kč	125 810 Kč	38 145 Kč
25.	10 116 Kč	815 Kč	10 931 Kč	115 694 Kč	38 960 Kč
26.	10 182 Kč	749 Kč	10 931 Kč	105 512 Kč	39 709 Kč
27.	10 247 Kč	683 Kč	10 931 Kč	95 265 Kč	40 392 Kč
28.	10 314 Kč	617 Kč	10 931 Kč	84 951 Kč	41 009 Kč
29.	10 381 Kč	550 Kč	10 931 Kč	74 571 Kč	41 559 Kč
30.	10 448 Kč	483 Kč	10 931 Kč	64 123 Kč	42 042 Kč
31.	10 515 Kč	415 Kč	10 931 Kč	53 607 Kč	42 457 Kč
32.	10 584 Kč	347 Kč	10 931 Kč	43 024 Kč	42 804 Kč
33.	10 652 Kč	279 Kč	10 931 Kč	32 372 Kč	43 083 Kč
34.	10 721 Kč	210 Kč	10 931 Kč	21 651 Kč	43 292 Kč
35.	10 790 Kč	140 Kč	10 931 Kč	10 860 Kč	43 432 Kč
36.	10 860 Kč	70 Kč	10 931 Kč	0 Kč	43 503 Kč

Příloha 2 - Splátkový kalendář leasingu

měsíc	počáteční hodnota	úrok	poplatky	úmor	konečná hodnota
1	258 930 Kč	1 597 Kč	833 Kč	6 446 Kč	252 484 Kč
2	252 484 Kč	1 557 Kč	833 Kč	6 485 Kč	245 999 Kč
3	245 999 Kč	1 517 Kč	833 Kč	6 525 Kč	239 473 Kč
4	239 473 Kč	1 477 Kč	833 Kč	6 566 Kč	232 908 Kč
5	232 908 Kč	1 436 Kč	833 Kč	6 606 Kč	226 301 Kč
6	226 301 Kč	1 396 Kč	833 Kč	6 647 Kč	219 655 Kč
7	219 655 Kč	1 355 Kč	833 Kč	6 688 Kč	212 967 Kč
8	212 967 Kč	1 313 Kč	833 Kč	6 729 Kč	206 238 Kč
9	206 238 Kč	1 272 Kč	833 Kč	6 771 Kč	199 467 Kč
10	199 467 Kč	1 230 Kč	833 Kč	6 812 Kč	192 654 Kč
11	192 654 Kč	1 188 Kč	833 Kč	6 854 Kč	185 800 Kč
12	185 800 Kč	1 146 Kč	833 Kč	6 897 Kč	178 903 Kč
13	178 903 Kč	1 103 Kč	833 Kč	6 939 Kč	171 964 Kč
14	171 964 Kč	1 060 Kč	833 Kč	6 982 Kč	164 982 Kč
15	164 982 Kč	1 017 Kč	833 Kč	7 025 Kč	157 957 Kč
16	157 957 Kč	974 Kč	833 Kč	7 068 Kč	150 889 Kč
17	150 889 Kč	930 Kč	833 Kč	7 112 Kč	143 777 Kč
18	143 777 Kč	887 Kč	833 Kč	7 156 Kč	136 621 Kč
19	136 621 Kč	842 Kč	833 Kč	7 200 Kč	129 421 Kč
20	129 421 Kč	798 Kč	833 Kč	7 244 Kč	122 177 Kč
21	122 177 Kč	753 Kč	833 Kč	7 289 Kč	114 888 Kč
22	114 888 Kč	708 Kč	833 Kč	7 334 Kč	107 554 Kč
23	107 554 Kč	663 Kč	833 Kč	7 379 Kč	100 174 Kč
24	100 174 Kč	618 Kč	833 Kč	7 425 Kč	92 750 Kč
25	92 750 Kč	572 Kč	833 Kč	7 470 Kč	85 279 Kč
26	85 279 Kč	526 Kč	833 Kč	7 517 Kč	77 763 Kč
27	77 763 Kč	480 Kč	833 Kč	7 563 Kč	70 200 Kč
28	70 200 Kč	433 Kč	833 Kč	7 610 Kč	62 590 Kč
29	62 590 Kč	386 Kč	833 Kč	7 656 Kč	54 934 Kč
30	54 934 Kč	339 Kč	833 Kč	7 704 Kč	47 230 Kč
31	47 230 Kč	291 Kč	833 Kč	7 751 Kč	39 479 Kč
32	39 479 Kč	243 Kč	833 Kč	7 799 Kč	31 680 Kč
33	31 680 Kč	195 Kč	833 Kč	7 847 Kč	23 833 Kč
34	23 833 Kč	147 Kč	833 Kč	7 895 Kč	15 937 Kč
35	15 937 Kč	98 Kč	833 Kč	7 944 Kč	7 993 Kč
36	7 993 Kč	49 Kč	833 Kč	7 993 Kč	- Kč

Menu

SNÍDANĚ DO 15:00



SLANÉ SNÍDANĚ

Avokádový chléb	149
(avokádo, granátové jablko, borůvky, polníček)	
Vejce Benedikt	159
(brioška, polníček, rajče, slanina, 2 sázená vejce, holandská omáčka, jarní cibulka)	
Bagel	159
(bagel, 2 sázená vejce, polníček, rajče, slanina, cheddar)	
Slané lívance	159
(sázené vejce, bylinková pomazánka, pečená rajčata, parmezán, jarní cibulka, polníček)	

SLADKÉ SNÍDANĚ

Smoothie bowl s čerstvým ovocem a domácí granolou	139
(ovoce, řecký jogurt, mandlové mléko, med)	
Proteinové palačinky	149
(ovesné vločky, banán, proteinový prášek, mandlové mléko, čokanový sirup)	
Jablečné lívance	149
(jablečná omáčka, skořicový cukr, mascarpone, tvaroh, medové ořechy)	

* v nabídce máme také bezlepkové pečivo

KÁVA

Espresso	55
Espresso machiato	60
Lungo/Americano	60
Double espresso	70
Cappucino	70
Caffe latte	80
Flat white	75



ČAJ

Bylinná směs	60
Zázvorový čaj	60
Ovocný čaj	60
Černý čaj	60

MATCHA SPECIALITY

Matcha smoothie	90
Matcha latte	80

NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE

Ovocné smoothie	90
Detoxikační smoothie	90
Fresh juice (0,25l)	80
Domácí limonáda	70
(marakuja, malina, zázvor, bezinka)	
Domácí ledový čaj	70
Mattoni	45
(neperlivá/jemně perlivá)	
Džbán vody s citrónem a mátou	40



ALKOHOLICKÉ NÁPOJE

Pomerančová mimosa	95
(prosecco, čerstvá pomerančová šťáva)	
Jablečná mimosa	90
(prosecco, čerstvá jablečná šťáva)	
Aperol spritz	120
(aperol, prosecco, sodovka)	
Lillet Blanc Spritz	120
(Lillet Blanc, toniková voda, sodovka)	
Hruškové belliny	95
(prosecco, hruškové pyré)	

Zdravá kavárna