

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Teze bakalářské práce

Podnikatelský plán

Jakub Jahoda

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Cílem bakalářské práce na téma “Podnikatelský plán“ je zpracování konkrétního podnikatelského projektu a jeho implementace do reálného prostředí. Bakalářská práce je rozdělena do dvou částí. Teoretická část nás seznamuje s prostředím trhu a definuje pojem podnikatelský záměr. Dále nás seznamuje s prostředím prodeje a sortimentem, který bude použit. Praktická část se zabývá zpracováním projektu, který se zaměřuje na prodej různých potravinářských výrobků pomocí samoobslužných automatů v areálu České zemědělské univerzity v Praze. Na závěr se práce zabývá otázkou, zda je projekt rentabilní, realizovatelný a provozuschopný.

Klíčová slova: Podnik, podnikatelský projekt, riziko, analýza prostředí, finanční plán, prodejní automat, sortiment zboží.

Cíl a metodika

Cílem bakalářské práce je zpracování podnikatelského plánu, který se zabývá prodejem potravinářských produktů prostřednictvím prodejních automatů v areálu České zemědělské univerzity v Praze a následné provedení ekonomického hodnocení projektu.

K vypracování vlastní bakalářské práce je nutné prostudovat odbornou literaturu zabývající se danou problematikou a získané poznatky se následně mohou stát podkladem pro zpracování teoretické části práce.

První částí podnikatelského plánu je hodnocení prostředí, ve kterém chce podnik provádět vlastní podnikatelskou činnost a zkoumání podmínek podnikání. Ke zkoumání prostředí lze využít metodu pozorování, která pomáhá odhalit současnou i budoucí konkurenci. Pozorovací metoda zkoumá nabídku jídel a nápojů, cenovou úroveň a kvalitu prodejních zařízení konkurenční firmy.

K získání potřebných informací o poptávaném zboží zákazníkem byla použita dotazníková metoda, která dává konkrétní představu o budoucím sortimentu prodávaného zboží. Dotazník byl odeslán 25.10.2015 a je zaměřený převážně na studenty České zemědělské univerzity v Praze. Odkaz na dotazník byl vyvěšen na facebookových skupinách univerzity, aby směřoval na správnou skupinu respondentů. Potencionálním

zákazníkům byla nabídnuta možnost podílet se na tvorbě sortimentu zboží prostřednictvím elektronického dotazníku.

Další důležitou částí podnikatelského plánu je finanční plán, který lze sestavit pomocí různých ekonomicko-matematických metod. Tyto metody napomáhají přesnému vyjádření vztahů a jevů potřebných k výpočtu ekonomických veličin. Mezi zvolené metody patří Doba návratnosti, Čistá současná hodnota, Kumulativní cash-flow a Vnitřní výnosové procento. Tyto metody předpovídají ziskovost dané investice i dobu její návratnosti.

Popis podniku

Majitel podniku plánuje působit v areálu ČZU v Praze, kde hodlá prodávat různé potravinářské produkty a nápoje prostřednictvím pěti samoobslužných prodejních automatů, které chce rozestavit na různých fakultách školy. Podnikatel se rozhodl pro areál ČZU v Praze, protože zde studuje přes 20 tisíc studentů, kteří potřebují zajistit dostatečné množství potravin a nápojů. Mezi novinky bezesporu patří plánovaný prodej potravin pro celiaky, kterých na škole studuje okolo jednoho procenta a tento počet představuje přes 200 studentů, kteří trpí celiakií. Cílem je pronajmout si prostory v jednotlivých fakultách, kde by bylo možné prodejní automaty umístit a kde se pohybuje velké množství studentů.

Mezi nabízené produkty patří studené nealkoholické nápoje, slané i sladké potraviny a několik produktů pro celiaky. Samozřejmě budou pouze kvalitní produkty od prověřených dodavatelů a pravidelné zásobování automatů, aby byla zajištěna stoprocentní čerstvost těchto produktů. Do sortimentu zboží budou patřit především zdravé výrobky, jako jsou kefíry, jogurty, ovoce, kvalitní káva, müsli tyčinky a celozrnné bagety. Provoz prodejních automatů bude zajišťovat pouze majitel podniku, který se bude starat o chod těchto zařízení a jejich pravidelné doplňování. Pro majitele je nesmírně důležitá znalost poptávaných produktů, které jsou oblíbené a často kupované. Dále musí zajišťovat objednávky, hledat vhodné dodavatele a starat se o bezproblémový chod podniku.

Analýza trhu

Z analýzy trhu je zřejmé, že momentálně panuje velká nespokojenost se současnou nabídkou potravin na univerzitě. Okolo 35% studentů vyjádřilo naprostou nespokojenost se stávající nabídkou a dalších 50% studentů by chtělo nabídku upravit. Většina studentů se zajímá o zdravé potraviny, a proto by ocenili nabídku ovoce, jogurtů a různých celozrnných baget. Dále bylo zjištěno, že 80% účastníků výzkumu je ochotno připlatit si za zdravější a kvalitnější produkty. Přes 70% studentů využívá prodejní automaty společnosti Delikommat. Mnoho z nich si stěžuje na stereotypní nabídku, nezdravé a nekvalitní produkty. Z dotazníku je zřejmé, že mnoho studentů by pravidelně používalo prodejní automaty společnosti Healthy Snack a to i několikrát týdně. Podnikatelský projekt se tak zdá být životaschopný, rentabilní a realistický.

Marketingová komunikace

Propagace podniku se rozběhne těsně před jeho otevřením prostřednictvím letáčků, které budou umístěny na informačních tabulích na jednotlivých fakultách České zemědělské univerzity v Praze. Reklama by měla zajistit dostatečný zájem potencionálních zákazníků a měla by prezentovat podnik pro potřebný okruh lidí. Podnik plánuje vytvořit vlastní internetové stránky, které budou sloužit jako zdroj informací o nabízených produktech pro zákazníka. Prostřednictvím těchto stránek je možná i vzájemná komunikace mezi majitelem podniku a zákazníky.

Prodej produktů bude probíhat prostřednictvím prodejních automatů, které jsou velmi jednoduché na obsluhu a finančně nenáročné na provoz. Automaty nenabízí možnost osobního prodeje, ale ušetří velké množství nákladů na zaměstnance a prostory. Navíc jsou velmi rychlé, úsporné a fungují 24 hodin denně. Navýšení prodeje lze podpořit prostřednictvím pravidelných sezónních akcí a různých zlevněných výrobků. Je důležité, aby podnik pravidelně obměňoval své produkty a zaměřil se na sezónní vlivy.

Hodnocení ekonomické efektivity

Z výpočtů je zřejmé, že podnik bude generovat dostatečné množství peněz, které zajistí kvalitní fungování podniku i spokojenost jeho majitele. Investice se podniku vrátí během krátkého období a příjmy jsou vždy vyšší než výdaje. Pouze pesimistická varianta nízké návštěvnosti poukazuje na nevýhodnou investici, protože neposkytuje dostatek peněz pro potřeby majitele podniku. Analýza blízkého prostředí naznačuje, že s nejvyšší pravděpodobností nastane realistická varianta a proto lze investici doporučit. Doba návratnosti investice je také velmi krátká (optimistická i realistická varianta < 1 rok).

Závěr

Podnikatelský plán se zabývá založením společnosti Healthy Snack, která se specializuje na prodej převážně zdravých potravin prostřednictvím prodejních automatů v areálu České zemědělské univerzity v Praze. Analýza vnějšího prostředí prokázala, že existuje dlouhodobý růst poptávky po produktech rychlého občerstvení. Analýza blízkého prostředí byla provedena prostřednictvím dotazníků mezi studenty univerzity, které odhalily značnou nespokojenost se stávající nabídkou potravin. Řadě studentů chybí především kvalitnější a zdravé potraviny. Dotazníky poskytovaly studentům možnost vyjádřit se k aktuální nabídce potravin na univerzitě a navrhnout možné zlepšení. Další důležité informace, které dotazníky přinesly, jsou o množství studentů, kteří by využívali nové potravinové automaty, frekvenci jejich návštěv a průměrnou útratu za jeden nákup. Dotazníky zároveň posloužily jako prostředek hodnocení společnosti Delikommat, která představuje přímou konkurenci pro podnik. Byla zjištěna nespokojenost studentů s nabídkou této společnosti, což lze využít a nabídnout vlastní žádanější produkty.

Přibližně po pěti letech provozu podnik plánuje nakoupit další potravinové automaty, které by mohly být umístěny například na kolejích ČZU v Praze. Více automatů by mělo generovat vyšší zisky, a proto bude možné přijmout jednoho či dva zaměstnance, kteří pomohou se zásobováním. Výsledky dotazníků a podnikatelského plánu naznačují, že by se mohlo jednat o kvalitně fungující a úspěšný podnik, o jehož produkty by měl být velký zájem. Proto by podnik fungoval a vykazoval zisk i v reálných podmínkách, což je hlavním záměrem této bakalářské práce.

Hlavní zdroje

FOTR, J.: Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2. dopl. vyd. Praha : Grada Publishing, 1999. 214 s. ISBN 80-7169-812-1.

GRÜNWALD, R.; HOLEČKOVÁ, J. Finanční analýza a plánování podniku. Praha : Ekopress s.r.o., 2007. 318 s. ISBN 978-80-86929-26-2.

KORÁB, V.; MIHALISKO, M. Založení a řízení společnosti. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2005. 260 s. ISBN 80-251-0592-X.

VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kolektiv. Podnikání malé a střední firmy. 2. vyd. Praha: Grada publishing, a.s., 2008. 336 s. ISBN 978-80-247-2409-6.