

Projekt založení podniku poskytující stravovací služby

Lukáš Janků

Diplomová práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Lukáš JANKŮ**
Osobní číslo: **M100259**
Studijní program: **N 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**

Téma práce: **Projekt založení podniku poskytující stravovací služby**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Na základě dostupné literatury zpracujte teoretická východiska týkající se oblasti založení podniku poskytujícího služby.

II. Praktická část

- Proveďte analýzu současného stavu na trhu v oblasti přípravy a rozvozu jídel do firem ve Zlíně.
- Vytvořte konkrétní projektové řešení založení podniku poskytujícího služby.
- Zhodnoťte možné přínosy a rizika daného projektu.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

ABRAMS, R. Obchodní plán: Vytvořte ho správně a rychle! Praha: Pragma, 2007. ISBN 978-80-7349-052-2.
FOTR, J. a I. SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0939-2.
KORÁB, V., M. REŽŇÁKOVÁ a J. PETERKA. Podnikatelský plán. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
VEBER, J. a J. SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.
WUPPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-075-9.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Šárka Fialová**
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: **26. března 2012**
Termín odevzdání diplomové práce: **2. května 2012**

Ve Zlíně dne 26. března 2012

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:


- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 2.5.2012



⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cílem této diplomové práce je popsat základní pojmy a podmínky podnikání v České republice a na základě těchto podmínek sestavit podnikatelský plán na založení podniku poskytující stravovací služby. V závěru práce je provedena SWOT analýza projektu a jeho zhodnocení.

Klíčová slova: podnikání, právní forma podnikání, průzkum trhu, společnost s ručením omezeným, podnikatelský plán, finanční plán, SWOT analýza.

ABSTRACT

The goal of this diploma thesis is to describe the basic terms and conditions of business in the Czech Republic and under these conditions to process a business plan for setting up a business providing catering services. In the conclusion of thesis is made SWOT analysis of the project and its evaluation.

Keywords: business, legal form of business, market research, a limited liability company, business plan, financial plan, a SWOT analysis.

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucí mé diplomové práce, paní Ing. Šárce Fialové, za vedení a podnětné připomínky při vypracovávání této práce.

OBSAH

| | |
|---|-----------|
| ÚVOD | 11 |
| I TEORETICKÁ ČÁST | 12 |
| 1 ZÁKLADNÍ POJMY PODNIKÁNÍ..... | 13 |
| 1.1 DEFINICE PODNIKÁNÍ..... | 13 |
| 1.2 DEFINICE PODNIKATELE..... | 13 |
| 1.3 DEFINICE PODNIKU | 13 |
| 2 FORMY PODNIKÁNÍ V ČR | 14 |
| 2.1 ŽIVNOSTI | 14 |
| 2.1.1 Živnosti řemeslné | 15 |
| 2.1.2 Živnosti vázané | 15 |
| 2.1.3 Živnosti volné | 16 |
| 2.2 OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI: | 16 |
| 2.3 DRUŽSTVA:..... | 16 |
| 2.4 VÝHODY A NEVÝHODY JEDNOTLIVÝCH FOREM PODNIKÁNÍ..... | 17 |
| 2.4.1 Živnost | 17 |
| 2.4.2 V. O. S. | 17 |
| 2.4.3 K. S. | 18 |
| 2.4.4 S. R. O..... | 18 |
| 2.4.5 A. S. | 19 |
| 2.4.6 Družstvo | 19 |
| 3 ZALOŽENÍ PODNIKU | 20 |
| 3.1 PODNIKATELSKÝ PLÁN | 20 |
| Požadavky na podnikatelský záměr: | 20 |
| 3.1.1 Úvodní shrnutí | 21 |
| 3.1.2 Popis firmy..... | 21 |
| 3.1.3 Cílový trh..... | 21 |
| 3.1.4 Konkurence | 22 |
| 3.1.5 Plán marketingu a prodeje | 22 |
| 3.1.6 Provoz firmy | 22 |
| 3.1.7 Management | 22 |
| 3.1.8 Budoucí vývoj..... | 22 |
| 3.1.9 Finance | 23 |
| 3.2 PRŮZKUM TRHU | 23 |
| 3.3 SWOT ANALÝZA | 27 |
| 3.4 PEST ANALÝZA | 28 |
| 4 FINANČNÍ PLÁNOVÁNÍ | 30 |
| 4.1 DLOUHODOBÝ FINANČNÍ PLÁN..... | 30 |
| 4.1.1 Definování finančních cílů pro zvolený časový horizont | 30 |
| 4.1.2 Stanovení finančních politik..... | 31 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 4.1.3 | Prognóza vývoje prodeje..... | 31 |
| 4.1.4 | Plán investiční činnosti (kapitálové plánování) | 31 |
| 4.1.5 | Plán dlouhodobého financování..... | 31 |
| 4.2 | KRÁTKODOBÝ FINANČNÍ PLÁN..... | 32 |
| 4.3 | ZAKLADATELSKÝ ROZPOČET..... | 32 |
| 4.4 | KAPITÁLOVÁ STRUKTURA PODNIKU | 33 |
| 4.4.1 | Vlastní kapitál..... | 33 |
| 4.4.2 | Cizí kapitál..... | 35 |
| II | PRAKTICKÁ ČÁST | 36 |
| 5 | ANALYTICKÁ ČÁST | 37 |
| 5.1 | CÍLE DIPLOMOVÉ PRÁCE | 37 |
| 5.2 | PRŮZKUM TRHU | 37 |
| 5.3 | PORTERŮV MODEL PĚTI HYBNÝCH SIL | 44 |
| 5.3.1 | Konkurenti..... | 44 |
| 5.3.2 | Odběratelé | 45 |
| 5.3.3 | Dodavatelé..... | 45 |
| 5.3.4 | Substituty..... | 46 |
| 5.3.5 | Noví konkurenti..... | 46 |
| 5.4 | ANALÝZA PRÁVNÍ FORMY..... | 47 |
| 5.5 | PEST ANALÝZA | 47 |
| 5.5.1 | Politicko – legislativní faktory | 47 |
| 5.5.2 | Ekonomické faktory..... | 48 |
| 5.5.3 | Sociálně – kulturní faktory | 48 |
| 5.5.4 | Technologické faktory | 48 |
| 6 | ZALOŽENÍ SPOLEČNOSTI | 49 |
| 6.1 | ZAKLADATELSKÁ LISTINA..... | 49 |
| 6.2 | ZÁKLADNÍ KAPITÁL | 50 |
| 6.3 | ŽIVNOSTENSKÉ OPRAVNĚNÍ..... | 50 |
| 6.4 | ZÁPIS DO OBCHODNÍHO REJSTŘÍKU | 50 |
| 6.5 | PŘEDMĚT ČINNOSTI | 51 |
| 6.6 | CÍLE SPOLEČNOSTI..... | 51 |
| 6.7 | MÍSTO PODNIKÁNÍ..... | 52 |
| 6.8 | POTŘEBNÝ MATERIÁL..... | 53 |
| 6.8.1 | Vybavení kanceláře | 53 |
| 6.8.2 | Vybavení kuchyně..... | 54 |
| 6.8.3 | Inventář cateringu | 55 |
| 6.9 | POTŘEBNÝ PERSONÁL..... | 56 |
| 6.10 | MARKETINGOVÝ PLÁN..... | 57 |
| 6.10.1 | Webové stránky | 57 |
| 6.10.2 | Letáky | 57 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 6.10.3 | Reklamní tabule | 57 |
| 6.10.4 | Reklama v rádiu | 58 |
| 6.11 | ZAKLADATELSKÝ ROZPOČET..... | 58 |
| 6.11.1 | Potřeba finančních prostředků | 58 |
| 6.11.2 | Zdroje financování | 60 |
| 6.12 | ZAHAJOVACÍ ROZVAHA | 64 |
| 6.13 | ROZPOČET VÝNOSŮ A NÁKLADŮ ZA ROKY 2012 AŽ 2014 | 65 |
| 6.14 | ROZVAHA ZA ROKY 2012 AŽ 2014 | 66 |
| 7 | ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU | 68 |
| 8 | SWOT ANALÝZA SPOLEČNOSTI GOOD FOOD S. R. O. | 70 |
| 8.1 | VNITŘNÍ FAKTORY..... | 70 |
| 8.1.1 | Silné stránky | 70 |
| 8.1.2 | Slabé stránky..... | 70 |
| 8.2 | VNĚJŠÍ FAKTORY | 71 |
| 8.2.1 | Příležitosti..... | 71 |
| 8.2.2 | Hrozby..... | 72 |
| 9 | RIZIKOVÁ ANALÝZA PROJEKTU | 73 |
| | ZÁVĚR | 76 |
| | SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY | 77 |
| | SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK..... | 79 |
| | SEZNAM OBRÁZKŮ..... | 80 |
| | SEZNAM TABULEK | 81 |
| | SEZNAM PŘÍLOH | 82 |

ÚVOD

Cílem mé diplomové práce je zpracování podnikatelského plánu na založení podniku, který bude vyrábět a dodávat polední menu do firem a nabízet cateringové služby.

Diplomová práce je rozdělena do tří částí. V první, teoretické části se zaměřím na výklad základních pojmů z oblasti podnikání, dále se budu věnovat různým formám podnikání v České republice a v neposlední řadě popíši důležité kroky, které musí být učiněny, rozhodne-li se člověk začít podnikat.

V analytické části mé práce provedu analýzu a průzkum místního trhu ve Zlíně. Tento průzkum bude probíhat na základě dotazníkového šetření. Dále budu analyzovat právní formu zakládaného podniku, která nejlépe poslouží jeho účelu. Bude také provedena analýza konkurenčního prostředí.

V poslední, tzv. projektové, části mé diplomové práce budu postupně popisovat jednotlivé kroky zakládání podniku a vypracuji tak reálný podnikatelský plán. Samotný projekt se skládá z následujících kroků: stanovení cílů společnosti, jednotlivých kroků k jeho založení jako jsou sepsání zakladatelské listiny, získání živnostenského oprávnění nebo zápisu do obchodního rejstříku, dále provedu SWOT analýzu projektu a jeho rizikovou analýzu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ZÁKLADNÍ POJMY PODNIKÁNÍ

V České republice je podnikání vymezeno následujícími předpisy:

- Obchodní zákoník č.513/1991 Sb. v platném znění
- Živnostenský zákon č. 455/1991 Sb. v platném znění
- Občanský zákoník č. 40/1964 Sb. v platném znění

1.1 Definice podnikání

V paragrafu 2 odst. 1 je podnikání definováno jako:

Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. (Pravdová; Pravda, 2008, s. 11)

1.2 Definice podnikatele

Podnikatelem podle paragrafu 2 odst. 2 obchodního zákoníku 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. (Pravdová; Pravda, 2008, s. 11)*

1.3 Definice podniku

Obchodní zákoník definuje v paragrafu 5 odst. 1 podnik takto:

Podnikem se pro účely tohoto zákona rozumí soubor hmotných, jakož i nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit. (Pravdová; Pravda, 2008, s. 12)

2 FORMY PODNIKÁNÍ V ČR

Člověk, který se rozhodne podnikat, má na výběr několik různých forem podnikání. Rozhodování o výběru vhodné formy podnikání by mělo probíhat především na základě ekonomické analýzy podnikatelského záměru. Forma podnikání v podstatě navenek ukazuje jak podnikatelé investovali svůj kapitál v podniku. (Vejdělek, 1997)

2.1 Živnosti

Živnost je soustavná činnost provozovaná podnikatelem samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených živnostenským zákonem. (Švarcová, 2003, s. 55)

Aby mohl člověk podnikat jako živnostník, musí splnit podmínky pro získání živnostenského oprávnění.

Tyto podmínky lze rozdělit na všeobecné a zvláštní.

Mezi všeobecné podmínky patří:

- dosažení hranice 18 let,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost,
- osoba nesmí mít daňové nedoplatky vůči státu.

Zvláštní podmínky znamenají, že osoba splňuje odbornou nebo jinou způsobilost k vykonávání dané činnosti. Tato způsobilost se prokazuje dokladem o vyučení v oboru (u řemeslných živností) nebo složením speciální zkoušky (u vázaných živností).

Živnosti lze dělit dvěma způsoby:

1. podle druhu činnosti

- a) obchodní,
- b) výrobní,
- c) poskytování služeb.

2. podle vzniku práva k provozování živnosti:

a) ohlašovací

- řemeslné

- vázané

- volné

b) koncesované.

2.1.1 Živnosti řemeslné

Tyto živnosti jsou vyjmenovány v příloze 1 zákona o živnostenském podnikání. Podmínkou provozování tohoto druhu živnosti je odborná způsobilost získaná vyučením v oboru. Odbornou způsobilost podnikatel prokazuje

- výučním listem z příslušného tříletého oboru a dokladem o vykonání tříleté praxe v oboru;
- vysvědčením o ukončení studia příslušného studijního oboru střední odborné školy, jehož délka je kratší než 4 roky, a dokladem o vykonání tříleté praxe v oboru;
- vysvědčením o maturitní zkoušce v příslušném studijním oboru střední školy a dokladem o vykonání dvouleté praxe v oboru;
- diplomem nebo jiným dokladem o absolvování bakalářského nebo magisterského studia příslušné vysoké školy a dokladem o vykonání jednorozční praxe v oboru.

Mezi řemeslné živnosti patří například zámečnictví, opravy silničních vozidel, řeznictví, pekařství, truhlářství, zednictví apod.

2.1.2 Živnosti vázané

Jsou uvedeny v příloze 2 zákona a u každé živnosti vázané jsou uvedeny podmínky odborné způsobilosti.

Do živností vázaných patří například provozování autoškoly nebo činnost účetních poradců a vedení účetnictví.

2.1.3 Živnosti volné

Obory živností volných stanovila vláda svým nařízením (jedná se o jmenovitý seznam, ze kterého si zájemce vybírá, nemůže si tedy název živnosti vymyslet. K provozování volné živnosti se nevyžaduje prokazování odborné způsobilosti.

Pokud podnikatel nespĺňuje odborné podmínky pro udělení živnostenského oprávnění, musí je splňovat jeho odpovědný zástupce.

2.2 Obchodní společnosti:

Obchodní společnosti jsou právnickými osobami založenými za účelem podnikání. Jedná se o spojování podnikatelů, kterým vzniká nová právnická osoba. Obchodní společnosti se dělí na:

a) osobní

- veřejná obchodní společnost (veř. obch. spol., v. o. s.),
- komanditní společnost (kom. spol., k.s.),

b) kapitálové

- společnost s ručením omezeným (spol. s r. o., s. r. o.),
- akciová společnost (akc. spol., a. s.).

2.3 Družstva:

Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob. Na rozdíl od obchodních společností do něj mohou v průběhu činnosti družstva přistupovat noví členové. Družstva mají různorodé zaměření svého podnikání. Družstva lze dělit na:

- zemědělská,
- výrobní,
- bytová,
- obchodní,
- spořitelní a úvěrová. (Švarcová, 2003)

2.4 Výhody a nevýhody jednotlivých forem podnikání

2.4.1 Živnost

| Výhody | Nevýhody |
|--|---|
| Není nutný počáteční kapitál | Omezený přístup k bankovním úvěrům |
| Jednoduché přerušeni či ukončení činnosti | Vysoké požadavky na odborné i ekonomické znalosti podnikatele |
| Samostatnost a volnost při rozhodování | Sazba daně z příjmů je v nejvyšším pásmu vyšší než u právnických osob |
| Velmi nízké správní nároky při zakládání či rušení | V obchodních kontraktech může působit jako „malý nebo méněcenný“ partner |
| Zisk z podnikání je zdaněn progresivní daní z příjmů fyzických osob, lze uplatnit nezdanitelné částky a jiné odčitatelné položky | Ze zisku z podnikání se platí i pojistné sociálního pojištění, a tak při vysokém zisku se platí velmi vysoké odvody |

Tab. 1. Výhody a nevýhody živnosti (Veber; Srpová, 2008)

2.4.2 V. O. S.

| Výhody | Nevýhody |
|---|---|
| Není nutný počáteční kapitál | Minimální počet 2 společníků |
| Neomezené ručení společníků garantuje solidní image společnosti | Neomezené ručení společníků přináší možná osobní rizika |
| Relativně jednoduché vystoupení společníka ze společnosti | Platí zákaz konkurence pro společníky |
| Dobry přístup k cizímu kapitálu | Problém při zániku společníka |

| | |
|---|---|
| Zisk společnosti nepodléhá dani z příjmů právnických osob, ale je celý rozdělen mezi společníky a zdaněn daní z příjmů FO | V případě vysokých zisků jsou vysoké odvody na pojistné sociálního pojištění a na daň z příjmů FO |
|---|---|

Tab. 2. Výhody a nevýhody V. O. S. (Veber; Srpová, 2008)

2.4.3 K. S.

| Výhody | Nevýhody |
|--|---|
| Není nutný vysoký počáteční kapitál | Administrativně náročnější založení |
| Pro komanditisty neplatí zákaz konkurence | Ke změně společenské smlouvy je nutný souhlas komanditistů i komplementářů |
| Zisk se dělí podle podmínek společenské smlouvy | Možný vznik rozporů mezi prioritami komanditistů a komplementářů |
| Za určitých podmínek se může společnost změnit bez likvidace na veřejnou obchodní společnost | Podíl na zisku je u komanditistů zdaněn daní z příjmů PO a při vyplácení ještě srážkovou daní |

Tab. 3. Výhody a nevýhody K. S. (Veber; Srpová, 2008)

2.4.4 S. R. O.

| Výhody | Nevýhody |
|--|--|
| Omezené ručení společníků | Nutný počáteční kapitál |
| Do společnosti lze vložit i nepeněžitý vklad | Administrativně náročnější založení a chod společnosti |
| Vklad lze splatit ve lhůtě 5 let | V očích obchodních partnerů méně důvěryhodná než a. s. nebo osobní obchodní společnost |

| | |
|--|--|
| Pro přijetí velké části rozhodnutí není nutný souhlas všech společníků | Zisk společnosti je zdaněn daní z příjmů PO vyplacené podíly na zisku jsou dále zdaněny srážkovou daní |
|--|--|

Tab. 4. Výhody a nevýhody S. R. O. (Veber; Srpová, 2008)

2.4.5 A. S.

| Výhody | Nevýhody |
|--|--|
| Akcionáři neručí za závazky společnosti | Nutný vysoký základní kapitál |
| Velmi dobře vnímána obchodními partnery | Velmi komplikovaná a omezující právní úprava |
| Dobrý přístup ke kapitálu | Administrativně náročné založení a řízení společnosti |
| Polovinu daně sražené z vyplácených dividend lze uplatnit jako slevu na dani společnosti | Nutnost ověření účetní závěrky auditorem |
| Vyplácené dividendy nepodléhají pojistnému sociálnímu pojištění | Povinné sestavování výroční zprávy společnosti |

Tab. 5. Výhody a nevýhody A. S. (Veber; Srpová, 2008)

2.4.6 Družstvo

| Výhody | Nevýhody |
|--|---|
| Členové neručí za závazky | Zákaz konkurence pro členy představenstva a kontrolní komise |
| Jednoduché vystoupení členů z družstva | Vytváření nedělitelného fondu |
| Rovné postavení členů | Zisk družstva je zdaněn daní z příjmů právnických osob, vyplácené podíly jsou zdaněny srážkovou daní |

Tab. 6. Výhody a nevýhody družstva (Veber; Srpová, 2008)

3 ZALOŽENÍ PODNIKU

Než začne člověk podnikat, měl by si být jistý svým podnikatelským nápadem a být si vědom co, pro koho a jak bude vyrábět, jaká je oboru konkurence, jak bude své výrobky distribuovat, jak bude stanovovat cenu svých výrobků atd..

3.1 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán se sestavuje, aby podnikatel poskytl všem zájemcům podrobné informace o svém podniku. Jsou v něm obsaženy cíle a strategie podniku, podnikatelský záměr a jeho přednosti, vymezení trhů, cílových skupin a konkurence, další kroky budování podniku, plánování obratu, hospodářského výsledku a financování. Mezi hlavní zájemce o podnikatelský plán se řadí banky a potencionální investoři, kteří si pomocí tohoto plánu ověřují bonitu podniku a na jejím základě se rozhodují o investici. (Wupperfeld, 2003)

Požadavky na podnikatelský záměr:

Zpracovaný podnikatelský plán by měl splňovat následující požadavky:

- být stručný a přehledný,
- být jednoduchý a nezacházet do technických a technologických detailů,
- demonstrovat přednosti produktu či služby pro zákazníka,
- orientovat se na budoucnost,
- být co nejvěrohodnější a realistický,
- nebýt příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu,
- nebýt však ani příliš pesimistický – při podcenění bývá projekt málo atraktivní pro investory,
- nezakrývat slabá místa a rizika projektu,
- upozornit na konkurenční výhody projektu, na silné stránky společnosti a kompetenci manažerského týmu,
- prokázat schopnost firmy hradit úroky a splátky úvěrů,
- být zpracován kvalitně i po formální stránce. (Fotr; Souček, 2005)

Sestavení podnikatelského plánu se skládá z 9 kroků:

1. Úvodní shrnutí
2. Popis firmy
3. Cílový trh
4. Konkurence
5. Plán marketingu a prodeje
6. Provoz firmy
7. Management
8. Budoucí vývoj
9. Finance

3.1.1 Úvodní shrnutí

Úvodní shrnutí je nejdůležitější částí podnikatelského plánu. Je to totiž většinou to první, o co se zajímají potencionální investoři nebo banky při shánění peněz na podnikání. Jde v podstatě o krátký náhled našeho podnikání, jsou v něm stručně prezentována nejdůležitější fakta a koncepty našeho podnikání.

3.1.2 Popis firmy

Popis firmy poskytuje základní informace o našem podnikání. Ačkoliv zde mohou některé informace působit triviálně, jedná se o fakta, která vytváří naprosto základní obraz naší firmy. Cílem této části podnikatelského plánu je podat informace o organizační struktuře naší firmy, o jejím rozvoji a právním postavení. Zde bychom také měli dát najevo, že rozumíme problémům našeho podnikání v širším kontextu daného odvětví a že s nimi počítáme.

3.1.3 Cílový trh

Cílem této části podnikatelského plánu je identifikovat budoucí zákazníky naší firmy. Měli bychom vytvořit jasný obraz našich zákazníků – kdo jsou, proč nakupují a co chtějí. Definice cílového trhu musí být založena na dobře popsatelných skutečnostech a podpořená věrohodnými daty a průzkumem.

3.1.4 Konkurence

V tomto kroku je potřeba identifikovat konkurenci naší firmy na trhu. Měli bychom zde určit o jaké typy konkurence se jedná, identifikovat naše konkrétní konkurenty, uvést podíl jednotlivých konkurentů na trhu, určit pořadí konkurentů na trhu a zhodnotit potencionální konkurenci a její bariéry pro vstup na trh.

3.1.5 Plán marketingu a prodeje

Tato kapitola podnikatelského plánu bude budoucí investory také velmi zajímat, neboť získání si zákazníků a zabezpečení prodeje je podmínka toho, abychom mohli úspěšně podnikat. Obsahem plánu marketingu a prodeje je tedy popis metod, kterými budeme chtít naše potenciální zákazníky zaujmout a získat si je a tím si současně zajistit prodej našich výrobků.

3.1.6 Provoz firmy

Jedná se o stručný popis toho, jak naše firma plní základní funkce, jak vyrábí výrobky nebo jak vytváří služby, zda kontroluje stav zásob a jak distribuuje výrobek či službu svému zákazníkovi. Touto částí podnikatelského plánu dává firma najevo, že rozumí každodennímu režimu jejího provozu. Rovněž nám to pomáhá analyzovat každý případný vzniklý problém a přemýšlet o jeho řešení.

3.1.7 Management

Cílem kapitoly management je ujistění, že firmu vedou kompetentní lidé. Zde bychom měli ukázat že:

- Klíčoví zaměstnanci firmy mají příslušnou kvalifikaci
- Víme, jaké další zaměstnance je potřeba přijmout.
- Organizační struktura firmy je dostatečná a přiměřená vytyčeným cílům.

3.1.8 Budoucí vývoj

Tato část plánu slouží k načrtnutí našich dlouhodobých cílů a ukazuje naše milníky, které chceme v budoucnu dosáhnout. Stanovením specifických cílů získáme ukazatele, podle nichž budeme poté posuzovat reálný vývoj. Tato část je důležitá pro potencionální investo-

ry, protože obsahuje odhad kolik peněz získají zpět. Je důležité neopomenout zde uvést možná rizika našeho podnikání.

3.1.9 Finance

Finanční formuláře mohou představovat kritické místo našeho podnikatelského plánu. Investoři a věřitelé podle nich budou měřit rentabilitu naší firmy a zjišťovat, jak vyděláme a utratíme svěřené peníze. Čtyřmi nejdůležitějšími finančními výkazy je výsledovka (výkaz zisků a ztrát), cash flow (plán pohybu peněžních prostředků), rozvaha a přehled zdrojů a použití finančních prostředků. (Abrams, 2005)

3.2 Průzkum trhu

I když máme své podnikání naplánováno a dokonale vymyšleno, může se po jeho zahájení ukázat, že zákazníci nemají o naše služby či zboží zájem. Tato situace neznamena jen ztrátu času a peněz, ale může také vést ke ztrátě odvahy do podnikání.

Abychom tomu předešli je nutné ještě před zahájením podnikatelské činnosti provést průzkum, který by měl pomoci definovat objem a vývoj poptávky po výrobcích či službách, typy zákazníků, nabídku konkurence a dodavatele a to všechno v rámci námi zvoleného oboru a v úvahu přicházejícího, územního rozsahu trhu, na který hodláme vstoupit.

Nejde přitom o to, abychom podrobně zjistili vztahy a charakteristiky poptávky a nabídky na našem cílovém trhu, ale jde o zjišťování základních faktorů, jejichž znalost a vyhodnocení nám umožní odhadnout odbytu ve střednědobém výhledu. Mezi tyto faktory patří:

- celkový retrospektivní, současný a očekávaný objem poptávky na oborovém trhu a její sortimentní struktura,
- nové potřeby resp. požadavky poptávky na sortiment a vlastnosti výrobků (služeb),
- retrospektivní a současná struktura zákazníků podle typů potřeby,
- spotřební zvyklosti zákazníků v příslušném oboru a jeho sortimentní struktura (důraz na kvalitu a vyhledávání kvality, sezónnost, rytmus nákupu, forma a doba úhrady),
- retrospektivní a současní největší zákazníci a typ jejich potřeb,

- budoucí efektivní koupěschopná poptávka,
- celkový retrospektivní, současný a očekávaný objem nabídky,
- sortiment a vlastnosti výrobků (služeb) nabízených v minulosti a současnosti,
- retrospektivní a současný počet podniků nabízejících na trhu, na který se má vstoupit, své výrobky (služby),
- retrospektivní a současná velikost a tržní podíl největších konkurujících si podniků v oboru,
- intenzita cenové konkurence
- retrospektivní, současná a očekávaná cenová hladina,
- obvyklé distribuční cesty,
- propagace a podpora prodeje,
- věková struktura obyvatelstva v uvažovaném teritoriu,
- geografické rozmístění obyvatelstva v uvažovaném teritoriu,
- očekávaný vývoj populace v uvažovaném teritoriu.

Z vyhodnocení dat získaných tímto průzkumem lze vyvodit čtyři možné závěry:

- pokračovat dál v přípravné etapě beze změny zamýšleného nápadu,
- využít výsledky analýz k založení podniku s korigovaným nápadem,
- opustit původní podnikatelský nápad a přestat přemýšlet o podnikání,
- hledat jiný podnikatelský nápad. (Vejdělek, 1997)

Průzkum trhu lze rozdělit na primární a sekundární. Toto rozdělení probíhá na základě pramenů, ze kterých čerpáme informace pro svůj výzkum.

Primární průzkum trhu

Primární průzkum trhu v podstatě doplňuje informace získané sekundárním průzkumem o soubor údajů, který společnost získá záměrnou informační aktivitou. Do primárního prů-

zkumu trhu patří informace získané kontaktem se zákazníky, s odběrateli, s dodavateli, ale i s konkurencí.

Sekundární průzkum trhu

Tento průzkum se opírá o údaje, které byly původně určeny na jiné specifické účely. Můžeme sem zahrnout různé statistické ročenky, výroční zprávy státních orgánů a společností, burzovní zprávy, informace odborných svazů, údaje finančních úřadů, katalogy, noviny, časopisy atd. (Alexy; Sivák, 2005)

Formulace otázek

Při formulování otázek by se měl autor zaměřit na to, aby byly otázky zaměřené na to, co chceme a potřebujeme skutečně zjistit. Hlavními požadavky na otázky by měly být jednoznačnost a srozumitelnost. Při sestavování dotazníku bychom měli jen velmi vzácně používat formulace, které dotazovaného nutí, aby dlouze přemýšlel, vzpomínal, počítal či odhadoval.

Měli bychom se také vyvarovat použití otázek, které již tím, jak jsou formulovány, předem napovídají očekávanou odpověď. (Foret; Stávková, 2003)

Druhy otázek

Z formálního hlediska se otázky v dotazníku dají rozdělit do následujících skupin:

- otevřené otázky,
- uzavřené otázky,
- polootevřené otázky.

Otevřené otázky

V tomto typu otázek nenabízíme respondentovi žádné varianty odpovědí. Může se tedy vyjádřit zcela svobodně a vlastními slovy. Do této kategorie otázek patří typy otázek s otevřeným koncem jako například:

- volné - respondent má při formulaci názoru absolutní volnost,
- asociační - respondent uvede slovo, které ho jako první napadne při reakci na pojem v dotazníku,
- volné dokončení věty - dotazovaná osoba dokončí předloženou větu,
- dokončení povídky - respondent dokončuje povídku

Uzavřené otázky

V uzavřených otázkách musí respondent svou odpověď vybrat z nabídnutých variant. Výhodou tohoto typu otázek je rychlé a snadné vyplnění. Uzavřené otázky můžeme rozdělit na:

- dichotomické - připouštějí pouze dvě možnosti (ano - ne, muž - žena)
- výběrové - respondent vybírá jednu z nabízených odpovědí
- výčtové - dotazovaný může označit více odpovědí u jedné otázky
- výběrové, s uvedením pořadí variant - respondent vybere více odpovědí, které seřadí do pořadí

Polootevřené otázky

Polootevřená otázka je otázka, ve které má respondent na výběr z několika variant odpovědi, pokud ale mezi nimi nenajde tu, která by vystihla jeho názor, má možnost napsat vlastní názor. K tomu slouží varianta „jiné“, která se umísťuje na konec nabízených odpovědí.

Filtrační otázka

Tato otázka rozděluje dotazované do různých skupin podle toho, jak na ni odpoví. Pokud například na filtrační otázku odpoví kladně pokračují na následující otázku, ale v případě záporné odpovědi se respondenti mohou v dotazníku posunout o několik otázek dopředu. (Foret, 2008)

3.3 SWOT analýza

SWOT - to jsou začáteční písmena příslušných anglických termínů:

S - Strengths (Silné stránky)

W - Weaknesses (Slabé stránky)

O - Opportunities (Příležitosti)

T - Threats (Hrozby)

SWOT analýza slouží k základní identifikaci současného stavu podniku. Sumarizuje základní faktory, které působí na efektivnost marketingových aktivit a ovlivňují dosažení cílů, které si společnost vytyčila. Je podkladem pro zkoumání vnitřních předností a slabín a vnějších příležitostí a ohrožení. (Horáková, 2003)

Silné stránky

To je soubor skutečností, které přinášejí výhodu jak zákazníkům, tak firmě.

Slabé stránky

Zde jsou zaznamenány ty věci, které společnost nedělá dobře, nebo ty, ve kterých si ostatní firmy vedou lépe.

Příležitosti

Tady můžeme najít ty skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku nebo mohou lépe uspokojit zákazníky a přinést firmě úspěch.

Hrozby

Ve hrozbách se nacházejí ty skutečnosti, trendy a události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků.

Při sestavování SWOT analýzy se doporučuje začít analýzou OT - příležitostí a hrozeb. Tyto příležitosti a hrozby přicházejí z vnějšího prostředí firmy, a to jak z makroprostředí, tak i z mikroprostředí. Po OT analýze následuje analýza SW, která se týká vnitřního prostředí podniku.

Nevýhodou SWOT analýzy je, že je příliš statická a navíc velmi subjektivní. Stále častěji je tak SWOT analýza nahrazována její metodickou variantou, a to kvantitativní O-T analýzou, neboli analýzou strategických scénářů. (Jakubíková, 2008)

3.4 PEST analýza

Tato analýza rozděluje vlivy makrookolí na podnik čtyř základních skupin:

- Politicko - legislativní,
- Ekonomické,
- Sociálně - kulturní,
- Technologické.

Politicko - legislativní

Do této kategorie patří faktory jako je stabilita zahraniční a národní politické situace, členství země v EU apod. Politická omezení se týkají každého podniku prostřednictvím daňových a antimonopolních zákonů, regulace exportu a importu nebo třeba ochrany životního prostředí.

Ekonomické

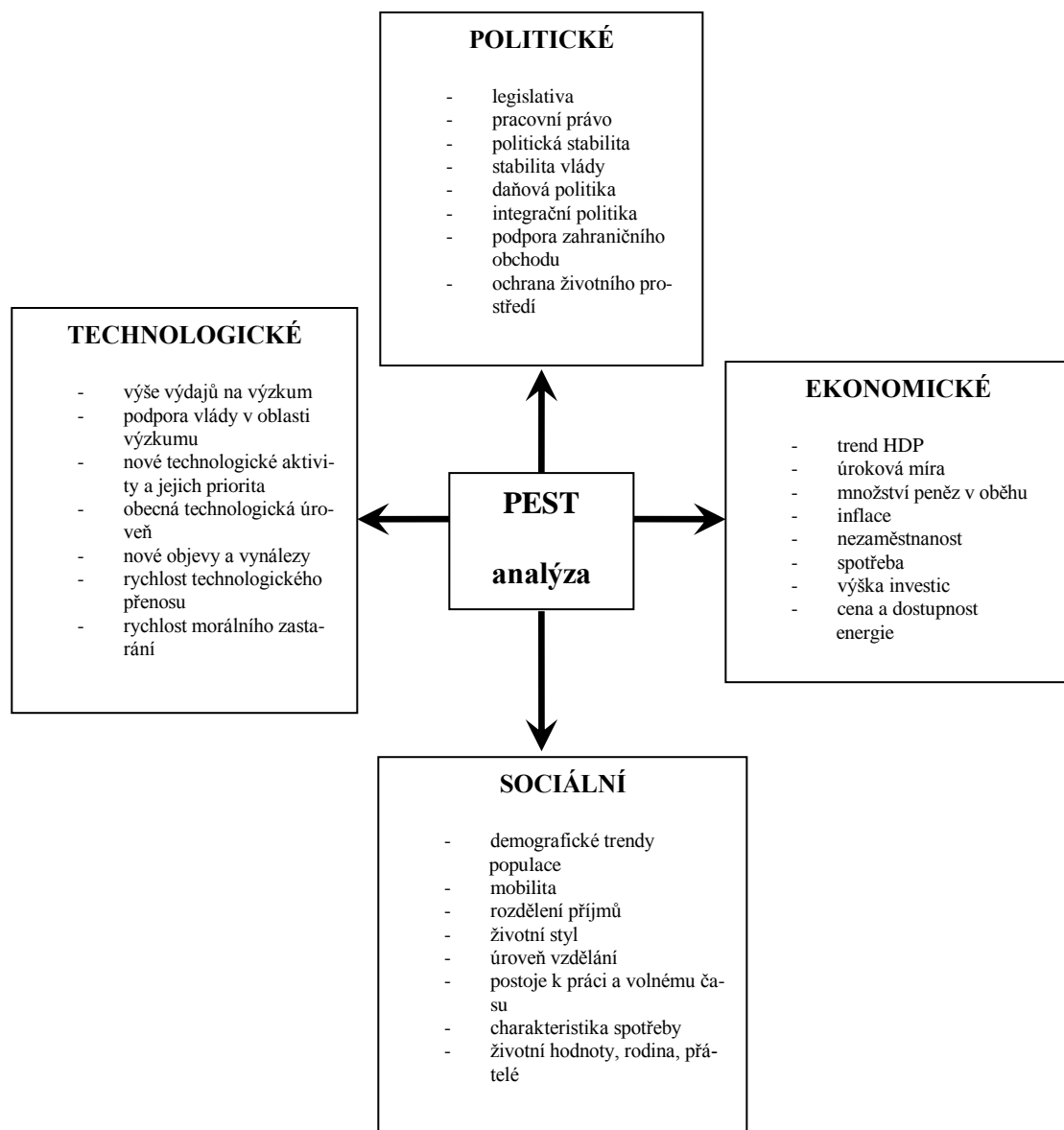
Tyto faktory vyplývají z ekonomické podstaty a základních směrů ekonomického rozvoje a charakterizuje je stav ekonomiky. Do těchto faktorů patří například míra ekonomického růstu, velikost úrokové míry, míra inflace, směnný kurz a další.

Sociálně - kulturní

Tyto faktory odrážejí vlivy spojené s postoji a životem obyvatelstva a jeho strukturou. Patří sem demografický vývoj populace, změny životního stylu, mobilita obyvatelstva nebo úroveň vzdělání.

Technologické

Aby byl podnik schopen držet krok s dobou, musí být dostatečně a včas informován o technických a technologických změnách, které v jeho okolí probíhají. Do této kategorie lze zahrnout následující faktory: nové objevy, vládní podpora výzkumu a vývoje, změny technologie a další. (Sedláčková; Buchta, 2006)



Obr. 1. PEST analýza vlivu prostředí (Bělohávek; Košťan; Šuleř, 2001, s. 200)

4 FINANČNÍ PLÁNOVÁNÍ

Finanční plán patří mezi nejdůležitější a z hlediska náročnosti na zpracování jedním z nejnáročnějších dílčích plánů podniku. Vychází to z toho, že finanční plán je kvalitativním vyjádřením všech podnikatelských aktivit zaměřených na provoz a růst podniku. V systému podnikových plánů plní integrující roli, neboť se v něm spojují všechny ostatní dílčí plány podniku. Finanční plán ovšem nezastává jen pasivní roli sumarizace výstupů dílčích plánů, ale také na ně aktivně působí, a tím i na celý reprodukční proces podniku. Tuto úlohu plní tak, že určuje disponibilní finanční zdroje pro financování podnikových aktivit.

Finanční plán konkretizuje zvolenou podnikovou strategii na zvolený časový horizont. Podle délky tohoto horizontu rozlišujeme dlouhodobý (strategický) a krátkodobý (operativní) finanční plán.

4.1 Dlouhodobý finanční plán

Tento typ finančního plánu se sestavuje na období, které přesahuje délku jednoho roku, zpravidla to bývá tři až pět roků. Dlouhodobý finanční plán nerozpracovává všechny dílčí oblasti, ale stanovuje souhrnné cílové ukazatele, na které je potřebné se v daném období zaměřit.

Samotnému vypracování strategického finančního plánu musí předcházet provedení strategické finanční analýzy podniku a jeho okolí, jejímž účelem je posoudit dosažitelnost plánů z hlediska zajištění potřebných zdrojů.

Obsahem strategického finančního plánu musí být:

4.1.1 Definování finančních cílů pro zvolený časový horizont

Volba finančního cíle patří mezi důležitá strategická rozhodnutí. Jako typické dílčí finanční cíle lze uvést například: výše dosahovaných tržeb, výše zisku, objem investic, zisková marže, výnosnost investovaného kapitálu, návratnost investovaných zdrojů apod. Podnik by se měl zaměřit především na ukazatele provozní výnosnosti. Definované cíle se musí rozpracovávat i pro jednotlivé roky jako cílovou trajektorii vedoucí k dosažení definovaných cílů.

4.1.2 Stanovení finančních politik

Patří sem stanovení například cenové politiky, úvěrové politiky, dluhové politiky, zásobovací politiky, investiční politiky apod. pro daný časový horizont v návaznosti na definované cíle a předpokládaný vývoj prodeje. Smyslem stanovování finančních politik je zabezpečit realizovatelnost stanovených cílů.

4.1.3 Prognóza vývoje prodeje

Tato prognóza se sestavuje pro jednotlivé roky i sumárně za celé období. Prognóza budoucího vývoje je nejdůležitějším východiskem tvorby finančního plánu. K jejímu sestavení se využívá prognostických metod, mezi které patří ekonometrické modely, statistická analýza časových řad, případně expertní modely. Při sestavování prognózy musíme brát v úvahu zejména konkurenci a její záměry. Je také důležité, aby se na tvorbě prognózy účastnili odborníci z různých oblastí, kteří mohou mít na budoucí vývoj protichůdné názory.

4.1.4 Plán investiční činnosti (kapitálové plánování)

Plánování investic má klíčovou roli ve finančním plánování, protože budoucí příjmy podniku jsou závislé na dnešních investičních rozhodnutích. Tento plán musí reagovat na předpokládaný vývoj poptávky, očekávané technologické změny a dávat je do souladu se současnou výrobní kapacitou podniku. Při výběru investičních záměrů musíme jednoznačně vycházet z finančních kritérií hodnocení efektivnosti investic a požadavků na návratnost použitých finančních zdrojů.

4.1.5 Plán dlouhodobého financování

Finanční plán musí dávat do souladu budoucí potřebu finančních zdrojů a jejich získávání. Nejdůležitějším zdrojem financování jsou vytvořené vlastní zdroje (budoucí zisk), které lze doplňovat dlouhodobým externím financováním. Jedním z úkolů finančního plánu je definovat úroveň tvorby zisku a způsob jeho použití na základě prognóz prodeje.

4.2 Krátkodobý finanční plán

Krátkodobý finanční plán je sestavován v ročním nebo kratším časovém horizontu (čtvrtletí, měsíce, dekády). Tento plán je velmi podrobný a dále se rozpracovává formou rozpočtů na jednotlivé úseky činnosti podniku.

Aby se předešlo tomu, že sestavovatelé finančních plánů budou do těchto plánů přenášet svá přání bez ohledu na jejich realizovatelnost, musí se plnění plánu pravidelně kontrolovat a podle změn v okolí podniku a zjištěných výsledků plánu přijímat opatření k jeho dosažení, případně plán korigovat.

Do krátkodobého finančního plánu patří:

- plán výnosů, nákladů a tvorby zisku,
- plánová rozvaha,
- plán peněžních toků,
- plán rozdělení zisku,
- plán externího financování.

4.3 Zakladatelský rozpočet

Sestavením zakladatelského rozpočtu podnikatel vyčíslí všechny výdaje potřebné k realizaci podnikatelského záměru a výnosy, jichž lze realizací záměrů dosáhnout. Je nutné si uvědomit, že i když podnik prodává své výrobky nebo služby, k úhradě za tyto prodané výrobky dochází obvykle se značným zpožděním. Přitom podnikatel musel již nakoupit materiál, energii, zaměstnat pracovníky a většinou jim musí zaplatit ještě před ziskem peněz z prodeje výrobků. Pokud se na tuto situaci podnikatel nepřipraví již na začátku podnikání, vede to ke ztrátě platební schopnosti a následnému krachu začínajícího podniku.

Účelem sestavení zakladatelského rozpočtu je minimalizování rizika neúspěchu podnikání již v jeho počátku. Zakladatelský rozpočet by měl být sestaven na základě realistických očekávání podnikatele, jinak ani jeho sestavení není zárukou úspěchu.

Mezi oblasti na které by se měl podnikatel při sestavování zakladatelského rozpočtu zaměřit patří:

- určení předpokládaného objemu prodeje a z toho odvozených tržeb, výnosů, nákladů a zisku,
- určení velikosti dlouhodobého majetku nutného k zabezpečení předpokládaného objemu prodeje,
- určení velikosti a struktury oběžného majetku potřebného k zabezpečení plynulosti výroby,
- určení objemu potřebných zdrojů financování,
- určení očekávaných příjmů a výdajů, tj. peněžních toků,
- určení výnosnosti podnikání, která se realizací záměrů dosáhne.

Srovnáním potenciální výnosnosti z realizace podnikatelského záměru s požadovanou výnosností podnikatele je první krok v procesu rozhodování, zda záměr realizovat nebo ne. (Koráb; Peterka; Režňáková, 2007)

4.4 Kapitálová struktura podniku

Kapitálová struktura podniku vyjadřuje strukturu zdrojů (původ, pramen), z nichž majetek podniku vznikl. Rozeznáváme dva druhy těchto zdrojů. Jestliže podnikatel sám do podniku vloží kapitál, jedná se o vlastní kapitál. V případě, že kapitál do společnosti vloží věřitel (např. banka), hovoříme o cizím kapitálu. (Synek, 2001)

4.4.1 Vlastní kapitál

Vlastní kapitál se v podniku považuje za dlouhodobý, protože není stanovena doba jeho splatnosti. Vlastní kapitál tvoří peněžní i nepeněžní vklady majitelů nebo výsledky vlastní podnikatelské činnosti. Ochota podnikatelů zapojit do podnikání vlastní kapitál je významným signálem pro subjekty spojené s podnikem, zejména pro dodavatele cizího kapitálu. Při nízkých hodnotách vlastního kapitálu mohou nastat problémy při obstarávání cizího kapitálu.

Strukturu vlastního kapitálu tvoří:

- základní kapitál,
- kapitálové fondy,

- fondy ze zisku,
- nerozdělený zisk z minulých let,
- výsledek hospodaření běžného účetního období.

Základní kapitál

Základní kapitál je považován za externí vlastní zdroj financování a tvoří relativně nejstabilnější složku vlastního kapitálu. V některých právních formách podnikání (např. v kapitálových společnostech) je ze zákona stanovena minimální hodnota základního kapitálu.

Kapitálové fondy

Kapitálové fondy se dělí na emisní ážio a ostatní kapitálové fondy.

Emisní ážio je fond typický pro akciové společnosti. Tvoří ho kladný rozdíl mezi emisním kurzem akcie a její jmenovitou hodnotou.

Ostatní kapitálové fondy mohou vytvářet všechny obchodní společnosti. Vznikají například z darů, dotací na pořízení investičního majetku nebo vkladů společníků, které nemají za následek navýšení základního kapitálu.

Fondy ze zisku

Fondy ze zisku (nebo také rezervní fondy) patří mezi interní vlastní zdroje financování. Fondy ze zisku mohou být vytvářeny buď povinně ze zákona (rezervní fond u kapitálových společností, nedělitelný fond družstva), nebo na základě rozhodnutí společnosti (statutární a ostatní fondy).

Nerozdělený zisk z minulých let

Nerozdělený zisk je považován za interní vlastní zdroj financování. Tvoří ho výsledek hospodaření, který nebyl použit např. na výplatu dividend nebo na příděly do rezervních fondů. Pokud je výsledkem hospodaření ztráta, tak snižuje hodnotu vlastního kapitálu.

Výsledek hospodaření běžného účetního období

Je také považován za interní vlastní zdroj financování. V případě kladného výsledku hospodaření se jedná o zdaněný zisk běžného účetního období. O tom, jaká část hospodářského

výsledku bude vyplacena mezi vlastníky a jaká část zůstane ve formě nerozděleného zisku rozhodují majitelé. (Šiman; Petera, 2010)

4.4.2 Cizí kapitál

Cizí kapitál je vlastně dluh, který musí společnost v určeném termínu splatit. Podle doby jeho splatnosti se cizí kapitál rozděluje na krátkodobý cizí kapitál (se splatností do jednoho roku) a na dlouhodobý cizí kapitál (se splatností delší než jeden rok).

Krátkodobý cizí kapitál

V krátkodobém cizím kapitálu jsou zahrnuty závazky (dluhy) podniku, jejichž splatnost nepřesahuje lhůtu jednoho roku. Do této kategorie patří například krátkodobé bankovní úvěry (eskontní, kontokorentní, lombardní), dodavatelské úvěry (dodavatel dodává zboží na úvěr), zálohy přijaté od odběratelů (označovány též jako odběratelský úvěr), půjčky, dosud nezaplacené mzdy a platy (závazky k zaměstnancům), nezaplacené daně, výdaje příštích období, dlužné dividendy aj.

Dlouhodobý cizí kapitál

Dlouhodobý cizí kapitál je tvořen dlouhodobými bankovními úvěry (např. hypotekární úvěry), termínovanými půjčkami, vydanými podnikovými obligacemi a dlužními úpisy, leasingovými dluhy a jinými dlouhodobými závazky.

Použití cizího kapitálu přináší podnikateli i výhody v oblasti daní. Úroky z jeho použití totiž snižují zisk, ze kterého se platí daň – jedná se o tzv. daňový efekt. (Zámečník; Tučková; Novák, 2008)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ANALYTICKÁ ČÁST

5.1 Cíle diplomové práce

Hlavním cílem mé diplomové práce bylo vypracovat podnikatelský záměr na založení společnosti poskytující stravovací služby formou rozvozu poledních menu do firem a nabízející cateringové služby.

Mezi další cíle práce patří vypracování SWOT analýzy této společnosti a také riziková analýza projektu.

5.2 Průzkum trhu

Pro průzkum trhu jsem využil dotazníkového šetření. Dotazník, který je součástí přílohy P II, byl vyplněn formou osobního dotazování ve městě Zlín, kde bude společnost GOOD FOOD s. r. o. podnikat. Dotazník se skládal z 15 uzavřených otázek. Celkově se dotazníkového šetření účastnilo 186 respondentů. Tento průzkum probíhal v centru města ve dnech 9. až 13. dubna 2012.

V úvodu dotazníku byla položena otázka na pohlaví respondenta. Dotazník vyplnilo celkem 105 mužů a 81 žen. Muži tedy tvořili zhruba 56 % respondentů. Dále jsem se zaměřil na věk respondentů. Rozdělení do věkových skupin je znázorněno v následující tabulce.

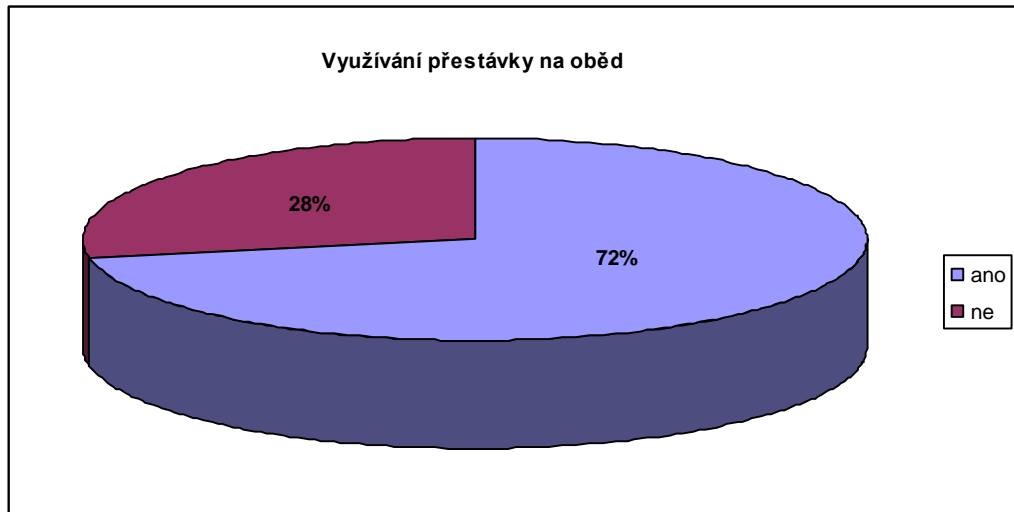
| Věková kategorie | Muži | Ženy |
|----------------------|------------|-----------|
| Do 19 let | 18 | 12 |
| 20 až 29 let | 34 | 18 |
| 30 až 39 let | 28 | 21 |
| 40 až 49 let | 14 | 17 |
| 50 a více let | 11 | 13 |
| CELKEM | 105 | 81 |

Tab. 7. Věkové kategorie respondentů

Otázka č. 1

Ve první otázce byli respondenti dotazováni na to, jestli během své pracovní doby využívají zákonnou přestávku na oběd.

Z celkového počtu respondentů odpovědělo 134 kladně, tedy že zákonnou přestávku využívají na oběd.



Obr. 2. Využívání přestávky na oběd

Otázka č. 2

Tato otázka byla zaměřena na ty respondenty, kteří během pracovní doby obědvají. Byli dotazováni na to, jestli si jídlo nosí z domova.

Z celkového počtu 134 respondentů, kteří během pracovní doby využívají přestávku na oběd, odpovědělo 27 ano, tedy že si do zaměstnání nosí oběd připravený doma. Celkově tito respondenti tvoří 20%.

Otázka č. 3

Třetí otázka zněla: „Máte v podniku jídelnu?“

Na tuto otázku odpovědělo pouze 17 dotazovaných ano, zbytek, tedy 168 dotazovaných nemá možnost využít jídelny přímo v podniku, kde jsou zaměstnaní. Jídelnu v podniku má podle mého dotazníku jen 9% dotazovaných.

Otázka č. 4

Ve čtvrté otázce jsem zjišťoval, jestli se v okolí podniku, ve kterém respondent pracuje, nachází restaurace, která nabízí polední menu.

Celkem 154 respondentů na tuto otázku odpovědělo kladně. Pouze 32 dotazovaných nemá v okolí jejich podniku žádnou restauraci, která nabízí polední menu. Vyjádřeno v procentech má v okolí podniku restauraci nabízející polední menu 83% dotazovaných.

Otázka č. 5

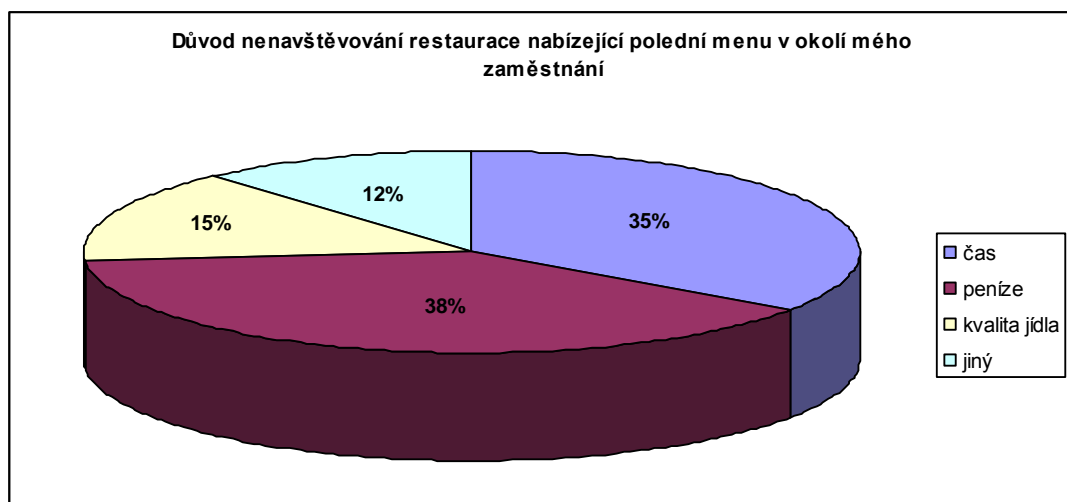
Další otázka byla zaměřena na ty respondenty, kteří v okolí podniku takovou restauraci mají. Celkově jich bylo 154. Ptal jsem na to, jestli ji během přestávky na oběd navštěvují.

Restauraci nabízející polední menu v okolí jejich podniku navštěvuje 63 respondentů, naopak 121 ji nenavštěvuje. 42% dotazovaných tedy využívá nabídky poledního menu v restauraci, která je v blízkosti jejich podniku.

Otázka č. 6

V této otázce jsem se zaměřil na ty respondenty, kteří sice v okolí podniku kde pracují mají restauraci nabízející polední menu, ale nenavštěvují ji. Zjišťoval jsem důvod, proč ji nenavštěvují.

Respondentů bylo 121. Z tohoto počtu jich jako důvod uvedlo čas celkem 42, z důvodu ceny jídla jich restauraci nenavštěvuje 47, pro kvalitu jídla 18 a z jiného důvodu 14.

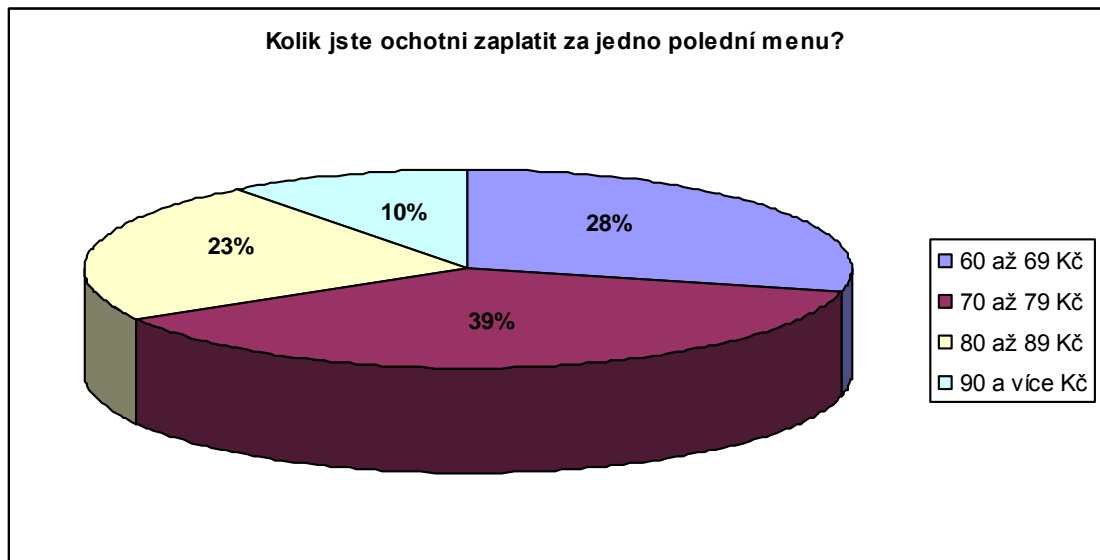


Obr. 3. Důvod nenavštěvování restaurace nabízející polední menu v okolí mého zaměstnání

Otázka č. 7

V otázce číslo sedm, jsem zjišťoval kolik jsou respondenti ochotni zaplatit za jedno menu, které se skládá z polévky a hlavního chodu.

Na tuto otázku odpovídali všichni dotazovaní, bez ohledu na to, jestli během polední přestávky obědvají. Respondenti měli na výběr ze čtyř cenových kategorií. A to 60 až 69 Kč, 70 až 79 Kč, 80 až 89 Kč a 90 Kč a více. 28% dotazovaných je ochotno za jedno polední menu zaplatit 60 až 69 Kč, 39% by zaplatilo 70 až 79 Kč, 23% respondentů je ochotno zaplatit 80 až 89 Kč a 10% dotazovaných by zaplatilo více než 90 Kč za jedno polední menu sestávající se z polévky a hlavního chodu.



Obr. 4. Kolik jste ochotni zaplatit za jedno polední menu?

Otázka č. 8

Otázka číslo 8 zněla: „Necháváte si dovážet obědy do zaměstnání?“

Na tuto otázku odpovědělo kladně pouze 26 respondentů, což je pouze 14% z celkového počtu 186 dotazovaných.

Otázka č. 9

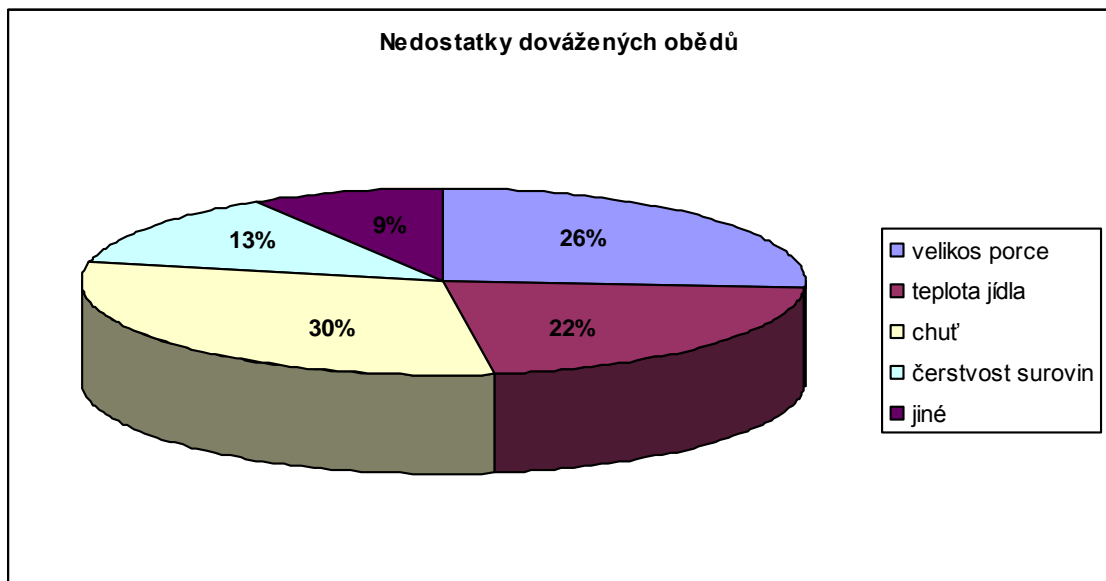
Další otázka směřovala ke kvalitě dováženého jídla.

Z celkového počtu 26 dotazovaných, kteří využívají služeb rozvozu poledních menu bylo s kvalitou jídla spokojeno 17 respondentů což je 65%.

Otázka č. 10

Tato otázka byla směřována na ty, kteří nejsou spokojeni s kvalitou dováženého jídla. respondenti měli na výběr z několika možností, které jim na dováženém jídle vadí, přičemž bylo možné označit více odpovědí.

Jako největší nedostatek dovážených obědů se ukázala jejich chuť, kterou označilo 30% dotázaných, následovala velikost porce (26%), teplota jídla (22%), čerstvost surovin (13%) a 2 respondenti našli jiné nedostatky na dovážených obědech, což činilo 9%.



Obr. 5. Nedostatky dovážených obědů

Otázka č. 11

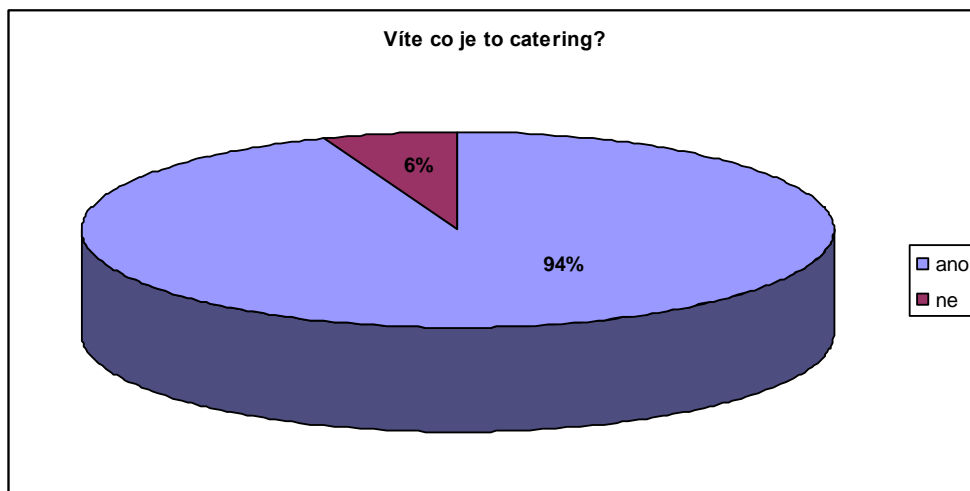
Otázka číslo 11 byla zaměřena na zájem o dietní nebo vegetariánské jídla. Respondenti byli dotázáni, jestli by měli zájem o vegetariánské nebo speciální dietní menu.

Z celkových 186 respondentů, by vegetariánské menu využili pouze 3, u speciálních dietních menu bylo toto číslo velmi podobné a to 4 respondenti. V procentuálním vyjádření to byly dohromady pouze 4%, 96% dotazovaných nemělo zájem o pravidelné speciální menu.

Otázka č. 12

Ve dvanácté otázce jsem se zaměřil na to, jestli dotazovaní vědí co si mají představit pod pojmem catering.

175 dotazovaných, což je 94% ze všech respondentů vědělo, co znamená pojem catering. Pouze 6% dotazovaných se s tímto pojmem setkala poprvé.

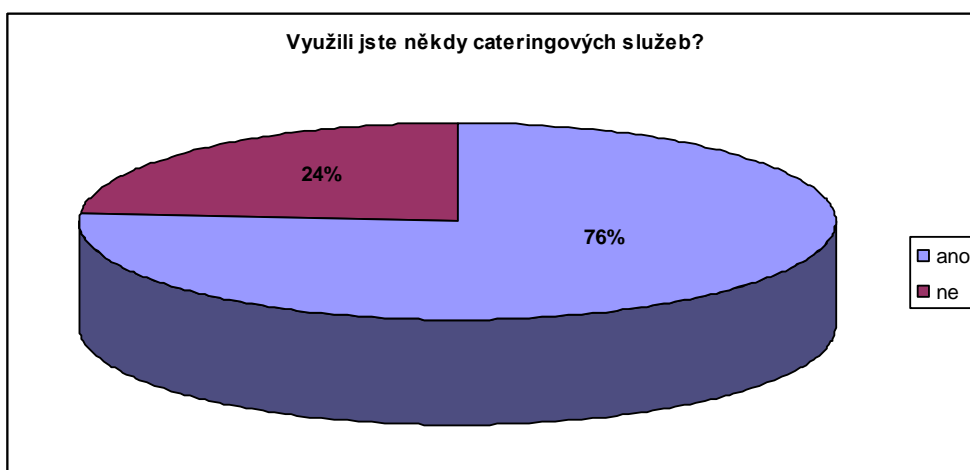


Obr. 6. Víte co je catering?

Otázka č. 13

Otázka číslo 13 poskytla odpověď na otázku, jestli respondenti využívají nebo v minulosti někdy využili cateringové služby.

Ukázalo se, že 142 dotazovaných (76%) už někdy cateringové služby využilo.

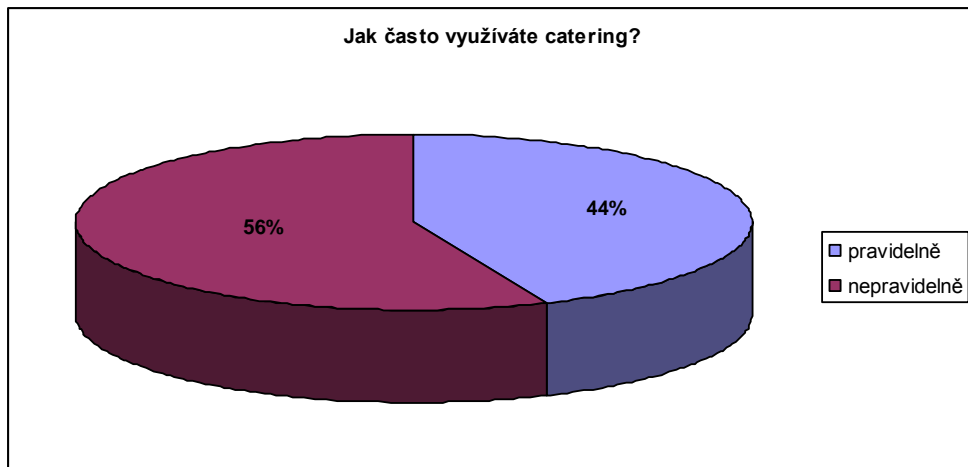


Obr. 7. Využili jste někdy cateringových služeb?

Otázka č. 14

V této otázce jsem zjišťoval, jak často respondenti cateringových služeb využívají. Na výběr měli dvě možnosti, první byla pravidelně (alespoň jednou ročně), nebo nepravidelně.

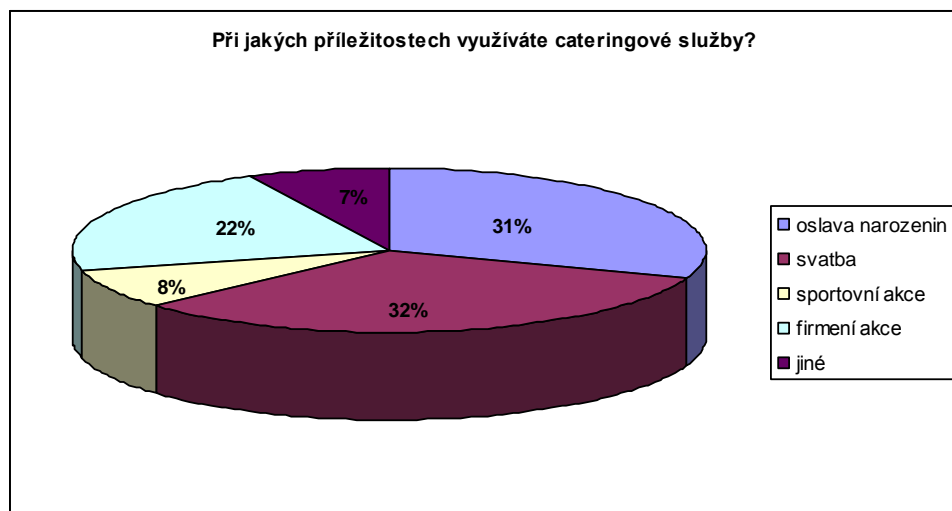
Pravidelně, tedy alespoň jednou ročně využívá cateringových služeb 81 respondentů, což je 44% ze všech respondentů.



Obr. 8. Jak často využíváte catering?

Otázka č. 15

Poslední otázka mého dotazníku měla za úkol zjistit, při jakých příležitostech respondenti cateringových služeb využívají. V otázce bylo možno označit i více odpovědí.



Obr. 9. Při jakých příležitostech využíváte cateringové služby?

5.3 Porterův model pěti hybných sil

5.3.1 Konkurenti

V okrese Zlín existuje několik společností nabízející rozvoz poledních menu do firem. Dále na trhu působí množství různých pizzerií, které ale rozvážejí buď pouze pizzu, nebo v některých případech i těstovinové pokrmy. Zaměřil jsem se tedy pouze na společnosti, které nabízejí rozvoz poledních menu.

Tyto konkurenty jsem seřadil do následující tabulky a hodnotil je dle těchto kritérií:

- Velikost porce
- Chuť
- Teplota jídla
- Výběr jídel
- Cena

Pro hodnocení jsem použil stupnici od 1 do 5, přičemž 1 bylo nejlepší, 5 nejhorší. Hodnocení bylo subjektivní na základě vlastní zkušenosti s jednotlivými firmami.

| Společnost | Restaurace u Baďurů | Chelsea pub | Rozvoz- Zlín.cz | Pizza Burger | Milan Nečas - Gastro | Pizzerie La Strada |
|---------------------------|------------------------|----------------|--------------------|-----------------|----------------------------|-----------------------|
| Kritérium | | | | | | |
| Velikost porce | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| Chuť jídla | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| Teplota jídla | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 |

| | | | | | | |
|--------------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| Výběr jídel | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| Cena | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| CELKEM | 10 | 9 | 13 | 12 | 11 | 9 |

Tab. 8. Hodnocení konkurence

Z této tabulky vyplývá, že největšími konkurenty jsou pro společnost GOOD FOOD s. r. o. společnosti Chelsea pub, Pizzerie La Strada a Restaurace u Baďurů.

5.3.2 Odběratelé

Mezi potenciální zákazníky společnosti GOOD FOOD s. r. o. patří lidé, kteří pracují ve Zlíně a nemají možnost využít firemní jídelny. Podle výsledků dotazníků má možnost stravování v podnikové jídelně pouze 9% dotazovaných. Podle statistických údajů (Český statistický úřad, 2012) žilo ve Zlíně k 31.12.2010 75 469 obyvatel, z toho bylo ve věku od 15 do 64 let 51 734 obyvatel. Při míře nezaměstnanosti, která byla k 31.12.2010 10,83% je ve Zlíně 46 131 zaměstnaných. Cílem společnosti je v prvním roce zajistit odběr alespoň 100 porcí poledních menu denně a 4 cateringové akce za měsíc, což by podle údajů uvedených výše nemusel být velký problém.

5.3.3 Dodavatelé

Výběr dodavatelů je pro každou společnost značně důležitý, neboť nespolehlivý dodavatel může ohrozit fungování celého podniku.

Dodavatele firmy GOOD FOOD s. r. o. lze rozdělit na dvě skupiny.

Do první skupiny patří dodavatelé, kteří zajišťují dodávku potřebného materiálového vybavení provozovny. Jako dodavatele gastronomického vybavení jsem zvolil firmu GASTROFORM, která na trhu působí již více než 15 let a má tedy zkušenosti s prodejem gastronomického vybavení. Mimo to také nabízí poradenství při výběru, dodání a montáž vybavení, školení obsluhy a vlastní záruční i pozáruční servis gastronomického vybavení.

Vybavení kanceláře bude zajištěno ve spolupráci s firmou ASKO nábytek. Výběr bude proveden osobně v pobočce ve Zlíně – Malenovicích, společnost ASKO nábytek poté zboží prostřednictvím dopravce dodá až na provozovnu.

Do druhé skupiny dodavatelů patří dodavatelé surovin potřebných na přípravu jídel. Maso a masné výrobky bude dodávat společnost Sanytrák s. r. o. Tato společnost na trhu působí od roku 2002 a patří mezi největší dodavatele masa a masných výrobků ve Zlínském kraji.

Ostatní potřebné suroviny budou nakupovány od společnosti Makro Cash & Carry ČR s. r. o.

5.3.4 Substituty

Mezi substituty rozvozu poledních menu do firem lze zahrnout restaurace nabízející polední menu. Podle serveru iMenicka.cz ve Zlíně působí 63 restaurací, ve kterých je možné zakoupit polední menu.

Dalším substitutem jsou tzv. fastfoody, které nabízejí možnost rychlého stravování většinou formou minutkových jídel.

Určitou formou substitutu jsou i prodejní automaty nabízející různé bagety nebo sendviče. Tyto automaty bývají obvykle umístěny na veřejně přístupných místech, ale i v soukromých firmách.

Za substitut lze považovat i činnost pizzerií, které ale rozváží pouze pizzu nebo těstovinová jídla.

5.3.5 Noví konkurenti

Mezi nové konkurenty společnosti GOOD FOOD s. r. o. je možno zahrnout nově vzniklé firmy, specializující se na rozvoj poledních menu, ale i již fungující restaurace, které se rozhodnou svá polední menu rozvážet zákazníkům do firem.

5.4 Analýza právní formy

Protože společnost kterou zakládám patří mezi malé podniky, rozhodoval jsem se při volbě právní formy společnosti mezi dvěma formami. A to mezi živnostníkem neboli OSVČ a společností s ručením omezeným.

Pro OSVČ hovořily především tyto faktory:

- Není nutný základní kapitál
- Jednodušší přerušování či ukončení činnosti
- Jednodušší řízení

Naopak společnost s ručením omezeným má tyto výhody:

- Omezené ručení za závazky společnosti
- Důvěryhodnější právní forma
- Jednodušší prodej nebo převod společnosti
- Lepší podmínky pro získání úvěru
- Možnost optimalizace daní

Na základě tohoto srovnání jsem se rozhodl pro společnost s ručením omezeným. Hlavním důvodem bylo omezené ručení za závazky, větší důvěryhodnost této právní formy a lepší přístup k úvěrům u bank.

5.5 PEST analýza

5.5.1 Politicko – legislativní faktory

Do těchto faktorů lze zahrnout například zvyšování sazby DPH, což by způsobilo růst cen surovin a v konečném důsledku nutnost zdražení finálního výrobku. V roce 2012 dosahuje snížená sazba DPH, do níž patří většina surovin nakupovaných firmou GOOD FOOD s. r. o., hodnoty 14%. Vláda ČR se ale dohodla, že v roce 2013 bude činit snížená sazba daně z přidané hodnoty 17,5%. (jakpodnikat.cz)

Dále se jedná o hygienické normy a jejich zpřísnování, které by vedlo k větším nákladům společnosti, díky kterým by musel i konečný zákazník zaplatit za jedno polední menu více.

5.5.2 Ekonomické faktory

Jedním z těchto faktorů je nezaměstnanost. Vysoká míra nezaměstnanosti podniku přináší velké problémy, protože hlavní činností firmy GOOD FOOD s. r. o. je rozvoz poledních menu do firem. V únoru roku 2012 byla průměrná míra nezaměstnanosti v ČR na hodnotě 9,2%. Ve Zlínském kraji byla míra nezaměstnanosti 9,87%, což znamená, že bez práce bylo 31 045 osob.

Mezi ekonomické faktory patří také míra inflace. Ta byla v únoru 2012 v ČR 2,2%

Průměrná měsíční nominální mzda byla ve čtvrtém kvartálu 2011 26 067 Kč (Kurzycz), což znamenalo meziroční nárůst o 2,2%, ale výše reálné mzdy naopak meziročně klesla o 0,4%.

5.5.3 Sociálně – kulturní faktory

Mezi sociálně – kulturní faktory patří úroveň vzdělávání a životní styl obyvatel. V současné době stále více přibývá občanů, kteří dodržují zdravý životní styl. To lze chápat jako příležitost pro společnost, která nabízí rozvoz poledních menu do firem, protože bude pravděpodobně ubývat osob, které budou v polední pauze navštěvovat podniky rychlého občerstvení nebo prodejní automaty, ale raději si na oběd zajdou do klasické restaurace, nebo si oběd nechají dovést do zaměstnání.

5.5.4 Technologické faktory

Technologické faktory mohou souviset se zpřísnováním hygienických norem ohledně balení, uchovávání a přípravy potravin. Na druhou stranu se stále objevují nové přístroje, které umožňují rychlejší a hospodárnější přípravu jídel. To umožňuje společnosti nabízet kvalitnější výrobky a udržet si tak své zákazníky.

6 ZALOŽENÍ SPOLEČNOSTI

Pokud chce člověk založit společnost s ručením omezeným, má na výběr z několika variant. Jedna možnost je založit si společnost sám, ale tento postup je pro začínající podnikatele zrádný, protože vyžaduje velké množství administrativních kroků než bude moci vůbec začít podnikat. Druhá možnost, kterou jsem si zvolil i já, je daleko jednodušší z hlediska potřebné administrativy. Tato varianta spočívá v nákupu již vytvořené společnosti. Prakticky se jedná o nákup společnosti od firmy, která se specializuje na zakládání společností. Já jsem si pro založení společnosti vybral firmu Profispolečnosti.cz s. r. o., stačí tedy, abych si vybral název společnosti, dodal firmě potřebné dokumenty, složil základní kapitál 200 000 Kč a jednou navštívil notáře. A za dva až tři týdny mohu začít podnikat.

6.1 Zakladatelská listina

Jelikož budu ve společnosti jediným podílníkem, bude společnost založena zakladatelskou listinou. Tato listina musí mít formu notářského zápisu a musí obsahovat následující položky:

- Jméno zakladatele a jeho identifikace (trvalé bydliště, datum narození...)

Lukáš Janků, nar. 19. 2. 1987, bytem Štefánikova 6736, Zlín

- Obchodní název a sídlo společnosti

GOOD FOOD s. r. o., se sídlem Štefánikova 6736, Zlín

- Předmět podnikatelské činnosti

Výroba a rozvoz poledních menu do firem a catering

- Základní kapitál společnosti

379 000 Kč

- Jména a identifikace jednatelů společnosti
- Informace o orgánech společnosti
- Informace o fondech, účetnictví a výkazech společnosti

6.2 Základní kapitál

Základní kapitál společnosti GOOD FOOD s. r. o. bude tvořen peněžitými i nepeněžitými vklady v celkové výši 379 000 Kč. Peněžitý vklad ve výši 260 000 Kč bude vložen na nově zřízený firemní běžný účet u komerční banky zakladatelem společnosti. Nepeněžitý vklad je tvořen vložením mobilního telefonu a notebooku zakladatele, jejichž hodnota byla soudním znalcem odhadnuta na 10 000 Kč u mobilního telefonu a 14 000 Kč u notebooku. Zakladatel do společnosti vloží také osobní automobil, který bude sloužit k rozvozu jídel. Hodnota tohoto automobilu byla odhadnuta na 95 000 Kč. Nepeněžité vklady budou do společnosti vloženy ve stejný den jako peněžitý vklad.

6.3 Živnostenské oprávnění

V dnešní době se již nevydávají klasické živnostenské listy, od živnostenského úřadu obdržíme pouze výpis z živnostenského rejstříku, který slouží jako průkaz živnostenského oprávnění. Abychom získali tento průkaz, je nutné se zaregistrovat pomocí formuláře na živnostenském úřadě, zdravotní pojišťovně a na státní správě sociálního zabezpečení. Tento formulář je vyplněn v příloze P V.

Jelikož rozvoz jídel do firem a catering patří mezi hostinské činnosti a ty spadají mezi řemeslné živnosti ohlašovací, je nutné pro získání živnostenského oprávnění v tomto doložit odbornou způsobilost (výučním listem, praxí v oboru). Já osobně nesplňuji ani jednu z požadovaných podmínek, musím tedy pro získání živnostenského oprávnění zajistit odpovědného zástupce splňujícího tyto podmínky.

Do funkce odpovědného zástupce jsem jmenoval pana Davida Havlíka, narozeného 28. května 1982, bytem Podlesí 4942 Zlín. Pan Havlík vystudoval střední hotelovou školu obor Hotelnictví a v minulosti pracoval 4 roky jako číšník a poté provozní restaurace. Splňuje tak podmínky pro provozování živnosti.

6.4 Zápis do obchodního rejstříku

Společnost s ručením omezeným vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku. Návrh na zápis do OR se podává prostřednictvím formuláře na webových stránkách ministerstva spravedlnosti. Formulář obsahuje tyto části:

- Rejstříkový soud
- Navrhovatel
- Společnost, již se návrh týká
- Návrh na zápis
- Přílohy
- Datum provedení zápisu
- Závěrečná část
- Poznámky

Mezi přílohy v tomto formuláři patří:

Doklady o založení – zakladatelská listina ve formě notářského zápisu.

Doklady o předmětu podnikání – oprávnění k podnikatelské činnosti (živnostenské oprávnění).

Doklady o splacení vkladu – úředně ověřené prohlášení správce vkladu a potvrzení banky o složení vkladu na základní kapitál společnosti).

Doklady o sídle – písemné prohlášení vlastníka prostor, kterým udělí souhlas k užívání těchto prostor.

Doklady o jednatelích – výpis z rejstříků trestů jednatelů ne starší než tři měsíce a jejich čestné prohlášení s úředně ověřeným podpisem o tom, že jsou způsobilí k právním úkonům a že splňují podmínky provozování živnosti.

6.5 Předmět činnosti

Předmětem činnosti společnosti GOOD FOOD s. r. o. je výroba a rozvoz poledních menu do firem a catering. V živnostenském zákoně spadají tyto činnosti pod hostinskou činnost.

6.6 Cíle společnosti

Mezi cíle společnosti GOOD FOOD s. r. o. patří:

- dodávat kvalitní stravu zákazníkům,

- najít si na trhu stálé zákazníky a udržet si je,
- flexibilně reagovat na potřeby a přání zákazníka,
- zajišťovat svým zaměstnancům bezpečnost na pracovišti,
- maximalizovat svůj tržní podíl a zabezpečit maximální zisk

6.7 Místo podnikání

Jelikož s podnikáním teprve hodlám začínat a nemám k dispozici neomezené kapitálové prostředky, vyloučil jsem možnost nákupu nemovitosti a hledal jsem místo k podnikání, které je možno využívat v pronájmu.

Pro budoucí provozovnu jsem hledal vhodné umístění, které by umožnilo nejlepší dopravní obslužnost cílového trhu, tedy města Zlína. Mezi další požadavky jsem zahrnul výměru využitelného prostoru, která by měla mít 100 až 250 metrů čtverečních. V neposlední řadě o umístění budoucí provozovny rozhodovala výše požadovaného nájemného. Tady jsem si stanovil hranici na 17 000 Kč/měsíc.

Po prostudování nabídky realitních kanceláří (Rajrealit.cz a Eurobydleni.cz) jsem zúžil výběr na následující prostory, které jsem seřadil v tabulce.

| Adresa | Výměra | Výše nájemného |
|-------------------|--------------------|-----------------|
| Zlín – Lešetín | 150 m ² | 15 000 Kč/měsíc |
| Zlín – Prštné | 250 m ² | 13 550 Kč/měsíc |
| Otrokovice | 260 m ² | 10 000 Kč/měsíc |
| Zlín – Areál Svit | 200 m ² | 7 500 Kč/měsíc |

Tab. 9. Uvažované prostory pro provozovnu

Možnost umístit provozovnu v Otrokovicích jsem vyřadil jako první, neboť plocha objektu byla poměrně velká a také dostupnost Zlína bývá hlavně v poledne, kdy by probíhal rozvoz jídel, velmi problematická.

Jako další jsem vyřadil možnost pronajmout si prostory ve Zlíně – Prštném. Tuto možnost jsem zavrhl z podobných důvodů jako tu v Otrokovicích. Cena za pronájem byla sice nižší

než u zvoleného umístění, ale náklady na pohonné hmoty by tento rozdíl nakonec minimálně smazaly.

Prostory v areálu Svit byly sice co do ceny nejlepší možnou volbou, ale tyto prostory by vyžadovaly před užíváním nákladnou rekonstrukci. Další nevýhodou bylo, že se prostory nacházely až v pátém nadzemním podlaží budovy.

Rozhodl jsem se tedy nakonec pro možnost pronajmout si prostory ve Zlíně – Lešetíně. Jedná se o lokalitu přímo v centru města, stav budovy je dobrý a nebude tedy nutná rekonstrukce. Výhodou také bylo, že se prostory nachází v prvním patře budovy a v nájemném jsou již zahrnuty poplatky za energie.

6.8 Potřebný materiál

Materiál, který bude potřebný k zahájení podnikání lze rozdělit na několik skupin. Jedná se o vybavení kanceláře, vybavení kuchyně a inventář, který se bude využívat při cateringových službách.

6.8.1 Vybavení kanceláře

| Vybavení kanceláře | |
|--------------------|------------|
| Položka | Počet kusů |
| Psací stůl | 1 |
| Kancelářská židle | 1 |
| Skříň | 1 |
| Odpadkový koš | 1 |
| Věšák | 1 |
| Tiskárna | 1 |
| Konferenční stolek | 1 |
| Židle | 4 |

Tab. 10. Vybavení kanceláře

Do vybavení kanceláře patří také notebook a mobilní telefon, které byly do společnosti vloženy formou nepeněžního vkladu.

6.8.2 Vybavení kuchyně

| Vybavení kuchyně | |
|--------------------|------------|
| Položka | Počet kusů |
| Sporák | 3 |
| Pec | 3 |
| Grilovací deska | 2 |
| Fritéza | 1 |
| Varič těstovin | 1 |
| Digestoř | 3 |
| Pec na pizzu | 1 |
| Chladnička | 2 |
| Mraznička | 3 |
| Dřez | 3 |
| Myčka | 4 |
| Váha | 2 |
| Pracovní stůl | 5 |
| Mixér | 1 |
| Nářezový stroj | 1 |
| Mikrovlánná trouba | 1 |
| Univerzální robot | 1 |
| Odpadkový koš | 6 |

Tab. 11. Vybavení kuchyně

6.8.3 Inventář cateringu

| Inventář cateringu | |
|--|------------|
| Položka | Počet kusů |
| Talíř plytký | 120 |
| Talíř hluboký | 120 |
| Talíř dezertní | 200 |
| Sada příborů (polévková lžice + vidlička + nůž) | 150 |
| Kávová lžička | 120 |
| Dezertní vidlička | 200 |
| Kávový komplet (hrnek + podšálek) | 120 |
| Pivní sklenice | 130 |
| Sklenice na víno | 100 |
| Sklenice na šampaňské | 150 |
| Sklenice na destiláty | 100 |
| Džbán | 15 |
| Salátová mísa | 10 |
| Tác | 12 |
| Koš na pečivo | 7 |
| Chafing | 8 |
| Bílý ubrus | 20 |

Tab. 12. Inventář cateringu

Do potřebného materiálu k provozu podnikání je třeba zahrnout také automobil, který bude zajišťovat rozvoz poledních menu a při poskytování cateringových služeb bude sloužit k převozu inventáře na místo konané akce. Automobil byl do společnosti vložen formou nepeněžitého vkladu podnikatelem.

6.9 Potřebný personál

Do společnosti GOOD FOOD s. r. o. bude zapotřebí přijmout zaměstnance na hlavní pracovní poměr na následující pozice:

- 1 šéfkuchař
- 3 kuchaři

Na pomocné práce při vaření obědů, jako je mytí nádobí a příprava surovin, budou přijaty 2 pomocné síly. O rozvoz jídel do firem se bude, alespoň ze začátku podnikání, starat jednatel společnosti. Obsluha na cateringových akcích bude zajišťována formou brigádníků. Na tato místa budou přijímány studentky hotelové školy ve Zlíně. Jejich počet a délka pracovní doby se bude lišit na základě velikosti akce.

Požadavky na pozici šéfkuchaře jsou:

- Středoškolské vzdělání v oboru,
- Minimálně 2 roky praxe jako šéfkuchař,
- Schopnost vést tým,
- ŘP skupiny B je výhodou.

Na pozici kuchaře jsou podobné požadavky jako u šéfkuchaře, ale nemusí mít vedoucí schopnosti a praxe se bude vyžadovat jen 1 rok na pozici kuchaře.

Společnost bude úklid zajišťovat formou spolupráce s úklidovou firmou. Pracovníci této firmy budou do provozovny docházet každý pracovní den (v případě cateringové akce i o víkendu) po skončení pracovní doby zaměstnanců firmy GOOD FOOD s. r. o.

Pracovní doba zaměstnanců společnosti je stanovena na 8 hodin denně se zákonnou půlhodinovou přestávkou na oběd. Začátek pracovní doby je v 6:00, konec pracovní doby je v 14:30 hod.

Pracovní doba o víkendech je závislá na nasmlouvaných cateringových akcích. Počet zaměstnanců závisí na velikosti pořádané akce, vždy ale musí být přítomni alespoň dva kuchaři.

6.10 Marketingový plán

Propagaci společnosti GOOD FOOD s. r. o. budu zajišťovat několika způsoby, aby se společnost dostala do podvědomí co nejvíce potenciálních zákazníků. Zvolil jsem následující druhy propagace společnosti:

- Webové stránky
- Letáky
- Reklamní tabule u provozovny
- Reklamní spot v rádiu

6.10.1 Webové stránky

Webové stránky společnosti vytvoří pan Martin Zahradnický (www.zahradnicky.cz), který se tvorbou webových stránek zabývá profesionálně. Cena za vytvoření stránek byla stanovena na 5 000 Kč, měsíční poplatek za provoz stránek je 450 Kč, ročně tedy bude provoz webových stránek stát 5 400 Kč.

6.10.2 Letáky

Tisk letáků bude zajištěn u firmy tiskZlin.cz. Bude vytištěno celkem 500 kusů letáků formátu A5, ve dvoubarevném provedení. Cena jednoho takového letáku je 2,68 Kč, celkově tedy tisk vyjde na 1 340 Kč. Letáky budou distribuovány u zlínských supermarketů a v centru města.

6.10.3 Reklamní tabule

Reklamní tabule se jménem firmy bude umístěna na budově, ve které bude provozovna. Velikost cedule bude 250x120 cm. Cedule bude vyrobena z 5mm dutinkového plastu, na kterém bude polep. Na ceduli bude název firmy, odkaz na webové stránky, kontakt a popis

činnosti. Výroba cedule bude zajištěna, stejně jako letáky, u firmy tiskZlín.cz. Cena za tuto ceduli je stanovena na 2 100 Kč.

6.10.4 Reklama v rádiu

Pro reklamní spot jsem si vybral stanici Rádio IMPULS, která má podle průzkumů největší podíl posluchačů v České republice. Reklamní spot, trvající 30 sekund, bude vysílán po dobu 14 dnů před zahájením činnosti společnosti, v čase 9-12 hod. Bude vysílán pouze pro region jižní Morava – Zlín. Cena za tento spot je podle ceníku rádia Impuls 250 Kč/spot. Reklama bude vysílána 2x denně, celková cena je tedy 7 000 Kč.

6.11 Zakladatelský rozpočet

Zakladatelský rozpočet má dvě části. Část potřeby finančních prostředků a část zdrojů financování.

6.11.1 Potřeba finančních prostředků

Do potřeby finančních prostředků je třeba zahrnout peněžní prostředky potřebné na založení podniku, na potřebný materiál, zásoby, a prostředky na zahájení podnikatelské činnosti, do kterých patří např. mzdy zaměstnanců.

Prostředky potřebné na založení společnosti tvoří smluvní poplatky firmě Profispolečnosti.cz s. r. o. a to v celkové výši 19 900 Kč.

Dalším druhem nákladů, které je třeba pokrýt jsou náklady na materiál společnosti. Tyto náklady jsou detailně vyčísleny v příloze P III.

Do těchto nákladů patří náklady na vybavení kanceláře což činí 22 750 Kč, největší položkou jsou náklady na vybavení kuchyně, které jsou 520 425 Kč a na cateringový inventář se muselo vydat celkem 86 440 Kč. Celkem jsou tedy tyto náklady ve výši 629 615 Kč.

Náklady na reklamu jsou celkem 20 840 Kč. Jsou tvořeny náklady na tvorbu a provoz webových stránek společnosti (5 000 Kč + 5 400 Kč), tisk letáků (1 340 Kč), výrobu reklamní cedule (2 100 Kč) a reklamu v rádiu (7 000 Kč).

Do nákladů na zahájení podnikatelské činnosti patří kromě mezd i odvody z mezd na zdravotní a sociální pojištění, dále náklady na telefon a internet, nájemné za provozovnu a pohonné hmoty.

Všechny tyto náklady za měsíc jsou seřazeny v následující tabulce.

| Položka | Náklady |
|----------------------------|-------------------|
| Mzdy | 68 000 Kč |
| Odvody za zaměstnan- ce | 23 120 Kč |
| Telefon a internet | 3 000 Kč |
| Nájemné | 15 000 Kč |
| Pohonné hmoty | 6 000 Kč |
| celkem | 115 120 Kč |

Tab. 13. Měsíční náklady

Mzdy zaměstnanců byly stanoveny podle průměru ve Zlínském kraji takto: šéfkuchař 19 000 Kč, kuchaři 3x 13 000 Kč. Pomocný personál v kuchyni bude pracovat na poloviční úvazek, mzda za tento personál bude dohromady 10 000 Kč/měsíc.

Odvody za zaměstnance tvoří odvod na zdravotní (9 %) a sociální (25 %) pojištění z hrubé mzdy.

Dále se musí připočítat náklady na nákup surovin potřebných k přípravě jídel. Tyto náklady činí v průměru 19 742 Kč za měsíc. Jsou rozčleněny v příloze P IV.

6.11.2 Zdroje financování

Kalkulace

Hlavní část příjmů bude společnosti GOOD FOOD s. r. o. plynout z její činnosti, což je příprava a rozvoz poledních menu do firem. Společnost bude vždy připravovat jedno jídlo za 75 Kč a jedno za 85 Kč. Do příjmů se budou započítávat také výnosy z poskytování cateringových služeb.

| Kalkulační položka | Jídlo 1 | Jídlo 2 |
|---|--------------|--------------|
| Přímý materiál | 29 | 33 |
| Přímé mzdy | 13 | 13 |
| Ostatní přímé náklady | 0 | 2 |
| Výrobní režie (44% z přímých mezd) | 5,72 | 5,72 |
| VLASTNÍ NÁKLADY VÝROBY | 47,72 | 53,72 |
| Správní režie (37% ze součtu mezd a materiálu) | 15,54 | 17,02 |
| VLASTNÍ NÁKLADY VÝKONU | 63,26 | 70,74 |
| Odbytová režie (11% ze součtu mezd a materiálu) | 4,62 | 5,06 |
| ÚPLNÉ VLASTNÍ NÁKLADY VÝKONU | 67,88 | 75,8 |
| ZISK (12% z úplných vlastních N výkonu) | 8,15 | 9,09 |
| CENA VÝKONU | 75 | 85 |

Tab. 14. Kalkulace ceny jídel

V kalkulaci jsou spočítány 2 druhy poledních menu.

Jídlo 1 jsou pikantní kuřecí nudličky s rýží. Druhé jídlo je vepřový steak a hranolky. Obě tato jídla patří v jejich cenové kategorii k velmi oblíbeným.

Plán tržeb

Na základě průzkumu trhu jsem odhadl denní množství vyrobených a rozvezených obědů na 100 porcí. Z dotazníku také vyplynulo, že dvě třetiny zákazníků bude odebírat menu za 75 Kč a jedna třetina za 85 Kč. Vyšel jsem tedy z těchto čísel a zjistil měsíční tržby za obědy v roce 2012. Protože společnost zahájila provoz dne 1. 8. 2012 jsou tržby v prvním roce podnikání jen za 5 měsíců. Stejně jsem vypočítal i tržby v letech 2013 a 2014 s tím rozdílem, že v roce 2013 jsem předpokládal poptávku 120 jídel denně a v následujícím roce 130 jídel za den.

Výpočet tržeb za obědy v roce 2012 vypadal tedy následovně:

Tržby za obědy: $(66 \text{ porcí} * 75 \text{ Kč}) + (34 \text{ porcí} * 85 \text{ Kč}) = 7\,840 \text{ Kč} * 5 \text{ dní} = 39\,200 \text{ Kč} * 4 \text{ týdny} = 156\,800 \text{ Kč} * 5 \text{ měsíců} = \mathbf{784\,000 \text{ Kč/rok}}$

Při výpočtu tržeb za catering jsem předpokládal pořádání jedné cateringové akce za týden. Tržbu z této akce jsem odhadl na 5 000 Kč. Měsíčně tedy cateringové služby přinesou na tržbách 20 000 Kč a za rok 2012 se jedná o částku 100 000 Kč.

| Druh tržeb | Tržby v Kč | | |
|-----------------|----------------|------------------|------------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 |
| Obědy | 784 000 | 2 256 000 | 2 481 600 |
| Catering | 100 000 | 250 000 | 280 000 |
| CELKEM | 884 000 | 2 506 000 | 2 761 600 |

Tab. 15. Plánované tržby

Úvěr

Společnost GOOD FOOD s. r. o. si musela na nákup majetku a do zahájení podnikání vzít úvěr od banky ve výši 700 000 Kč. Doba splatnosti úvěru je 6 let a úroková míra je 13% p.a. V následující tabulce se zobrazeno čerpání úvěru.

| Rok | Počáteční stav | Splátka | Úrok | Úmor | Konečný stav |
|---------------|----------------|------------------|----------------|----------------|--------------|
| 1 | 700 000 | 175 108 | 91 000 | 84 108 | 615 892 |
| 2 | 615 892 | 175 108 | 80 066 | 95 042 | 520 850 |
| 3 | 520 850 | 175 108 | 67 710 | 107 398 | 413 452 |
| 4 | 413 452 | 175 108 | 53 749 | 121 359 | 292 093 |
| 5 | 292 093 | 175 108 | 37 972 | 137 136 | 154 957 |
| 6 | 154 957 | 175 102 | 20 144 | 154 958 | 0 |
| CELKEM | | 1 050 644 | 350 642 | 700 000 | |

Tab. 16. Čerpání úvěru

Odpisy majetku

Jako spodní hranici ceny při odepisování drobného dlouhodobého hmotného majetku jsem zvolil částku 5 000 Kč. Této hranici odpovídal drobný dlouhodobý hmotný majetek v celkové výši 513 995 Kč.

| ODPISY MAJETKU | | | |
|----------------------|---------------|----------------|----------------|
| Rok | 2012 | 2013 | 2014 |
| DHM | 6 400 | 31 062 | 31 062 |
| Auto | 4 355 | 21 138 | 21 138 |
| Pec | 2 045 | 9 924 | 9 924 |
| DDHM | 23 559 | 114 364 | 114 364 |
| ODPISY CELKEM | 29 959 | 145 426 | 145 426 |

Tab. 17. Odpisy majetku

Zakladatelský rozpočet**A. POTŘEBNÉ FINANČNÍ PROSTŘEDKY**

| | |
|--|---------------------|
| Náklady na potřebný materiál společnosti | 629 615 Kč |
| Minimální vklad do společnosti | 200 000 Kč |
| Poplatek za založení společnosti | 19 900 Kč |
| Reklama | 20 840 Kč |
| <i>Provozní kapitál:</i> | |
| Mzdy | 68 000 Kč |
| Odvody z mezd (zdravotní a sociální pojištění) | 23 120 Kč |
| Telefon a internet | 3 000 Kč |
| Nájemné | 15 000 Kč |
| Pohonné hmoty | 6 000 Kč |
| Zásoby surovin | 19 742 Kč |
| Provozní kapitál celkem | 134 862 Kč |
| Potřebné finanční prostředky | 1 005 217 Kč |

B. FINANČNÍ ZDROJE

| | |
|------------------|------------|
| Základní kapitál | 379 000 Kč |
| Úvěr | 700 000 Kč |

C. ROZPOČET VÝNOSŮ A NÁKLADŮ

| | |
|-----------------|-------------------|
| Tržby | 884 000 Kč |
| - mzdy | 340 000 Kč |
| - odvody z mezd | 115 600 Kč |
| - nájem | 75 000 Kč |

| | |
|----------------------|-----------|
| - zásoby surovin | 79 000 Kč |
| - telefon a internet | 15 000 Kč |
| - pohonné hmoty | 30 000 Kč |
| - odpisy | 29 959 Kč |
| - úroky z úvěru | 91 000 Kč |

NÁKLADY CELKEM 775 559 Kč

HRUBÝ ZISK 108 441 Kč

Základ daně 108 000 Kč

Daň z příjmu PO (19%) 20 520 Kč

ČISTÝ ZISK 87 480 Kč

6.12 Zahajovací rozvaha

| ROZVAHA K 1.8.2012 | | | |
|---------------------------|------------------|------------------------|------------------|
| AKTIVA | | PASIVA | |
| Dlouhodobý majetek | 748 615 | Vlastní kapitál | 379 000 |
| DHM | 139 600 | | |
| DDHM | 609 015 | | |
| Oběžný majetek | 330 385 | CZ - úvěr | 700 000 |
| Zásoby | 14 617 | | |
| Běžný účet | 315 768 | | |
| AKTIVA CELKEM | 1 079 000 | PASIVA | 1 079 000 |
| | 0 | CELKEM | |

Tab. 18. Zahajovací rozvaha

6.13 Rozpočet výnosů a nákladů za roky 2012 až 2014

| ROZPOČET VÝNOSŮ A NÁKLADŮ | | | |
|----------------------------------|----------------|------------------|------------------|
| Rok | 2012 | 2013 | 2014 |
| VÝNOSY CELKEM | 884 000 | 2 506 000 | 2 761 600 |
| Tržby za obědy | 784 000 | 2 256 000 | 2 481 600 |
| Tržby za catering | 100 000 | 250 000 | 280 000 |
| NÁKLADY CELKEM | 775 559 | 1 809 592 | 1 858 536 |
| Mzdy | 340 000 | 816 000 | 816 000 |
| Odvody z mezd | 115 600 | 285 600 | 285 600 |
| Nájem | 75 000 | 180 000 | 180 000 |
| Zásoby surovin | 79 000 | 231 500 | 278 800 |
| Telefon a internet | 15 000 | 36 000 | 41 000 |
| Pohonné hmoty | 30 000 | 35 000 | 44 000 |
| Odpisy | 29 959 | 145 426 | 145 426 |
| Úroky z úvěru | 91 000 | 80 066 | 67 710 |
| HRUBÝ ZISK | 108 441 | 696 408 | 903 064 |
| Základ daně | 108 000 | 696 000 | 903 000 |
| Daň z příjmu PO | 20 520 | 184 110 | 171 570 |
| ČISTÝ ZISK | 87 480 | 511 890 | 731 430 |

Tab. 19. Rozpočet výnosů a nákladů za roky 2012 až 2014

6.14 Rozvaha za roky 2012 až 2014

| ROZVAHA | | | |
|---------------------------|------------------|------------------|------------------|
| ROK | 2012 | 2013 | 2014 |
| AKTIVA CELKEM | 1 082 372 | 1 519 220 | 2 061 772 |
| <i>Dlouhodobý majetek</i> | 718 656 | 573 230 | 427 804 |
| DNM | 0 | 0 | 0 |
| DHM | 133 200 | 102 138 | 71 076 |
| Brutto | 139 600 | 133 200 | 102 138 |
| Korekce | 6 400 | 31 062 | 31 062 |
| Netto | 133 200 | 102 138 | 71 076 |
| DDHM | 585 456 | 471 092 | 356 728 |
| Brutto | 609 015 | 585 456 | 471 092 |
| Korekce | 23 559 | 114 364 | 114 364 |
| Netto | 585 456 | 471 092 | 356 728 |
| DFM | 0 | 0 | 0 |
| <i>Oběžný majetek</i> | 363 716 | 945 990 | 1 633 968 |
| Peníze na běžném účtu | 202 660 | 637 501 | 1 113 599 |
| Zásoby | 161 056 | 278 489 | 426 369 |
| Krátkodobé pohledávky | 0 | 30 000 | 94 000 |
| PASIVA CELKEM | 1 082 372 | 1 519 220 | 2 061 772 |
| <i>Vlastní kapitál</i> | 466 480 | 978 370 | 1 622 320 |
| Základní kapitál | 379 000 | 379 000 | 379 000 |
| VH minulých let | 0 | 87 480 | 511 890 |

| | | | |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|
| VH běžného účetního období | 87 480 | 511 890 | 731 430 |
| <i>Cizí zdroje</i> | 615 892 | 540 850 | 439 452 |
| Rezervy | 0 | 0 | 0 |
| Krátkodobé závazky | 0 | 20 000 | 26 000 |
| Bankovní úvěry | 615 892 | 520 850 | 413 452 |

Tab. 20. Rozvaha za roky 2012 až 2014

7 ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU

| ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU | | | |
|--|---------------------------|---------------------------|------------------------|
| Činnost | Datum zahájení | Datum ukončení | Doba trvání |
| Příprava dokumentů k založení společnosti | 12. března 2012 | 16. března 2012 | 5 dnů |
| Výběr společnosti na založení s. r. o. | 21. března 2012 | 22. března 2012 | 2 dny |
| Podpis smlouvy o založení s. r. o. | 26. března 2012 | 26. března 2012 | 1 den |
| Vytvoření firemního úctu v bance | 28. března 2012 | 28. března 2012 | 1 den |
| Složení ZK a nepeněžních vkladů | 30. března 2012 | 30. března 2012 | 1 den |
| Vytvoření s. r. o. najatou firmou | 2. dubna 2012 | 20. dubna 2012 | 15 dnů |
| Převzetí nově vytvořené s. r. o. | 23. dubna 2012 | 23. dubna 2012 | 1 den |
| Úprava provozovny | 1. května 2012 | 18. května 2012 | 14 dnů |

| | | | |
|---|----------------------|-------------------|--------|
| Nákup a montáž zařízení do provo- zovny | 28. května 2012 | 22. června 2012 | 20 dnů |
| Výběr budoucího personálu | 25. června 2012 | 27. června 2012 | 3 dny |
| Přijetí vybraného personálu | 2. července 2012 | 4. července 2012 | 3 dny |
| Registrace personálu u zdravotní pojišťov- ny a státní správy sociálního zabezpeč- ení | 6. července 2012 | 18. července 2012 | 9 dnů |
| Propagace | 18. července 2012 | 31. července 2012 | 14 dnů |
| Školení personálu | 19. července 2012 | 27. července 2012 | 7 dnů |
| Příjem zásob | 30. července 2012 | 31. července 2012 | 2 dny |
| Zahájení provozu | 1. srpna 2012 | | |

Tab. 21. Časový harmonogram projektu

8 SWOT ANALÝZA SPOLEČNOSTI GOOD FOOD S. R. O.

Pro zhodnocení faktorů ovlivňujících úspěšnost projektu jsem se rozhodl použít SWOT analýzu. Tato analýza rozeznává dva druhy těchto faktorů: vnitřní a vnější.

8.1 Vnitřní faktory

Ve vnitřních faktorech se hodnotí silné a slabé stránky organizace.

8.1.1 Silné stránky

Mezi silné společnosti GOOD FOOD s. r. o. bych zařadil následující:

- Kvalitní služby – jelikož se jedná o novou společnost, bude se snažit nabízet co nej-kvalitnější služby, aby si zajistila přízeň zákazníků.
- Moderní vybavení – veškeré vybavení kuchyně je zcela nové, je tedy zárukou využití nejmodernější techniky při přípravě jídel.
- Umístění provozovny – provozovna se nachází přímo v centru města, což umožňuje rychlý a spolehlivý rozvoz poledních menu, který není nijak závažně negativně ovlivňován dopravní situací ve Zlíně.
- Široký sortiment – společnost GOOD FOOD s. r. o. se snaží o co nejširší nabídku poledních menu tak, aby se jídla často neopakovala.
- Péče o zákazníky – společnost si uvědomuje důležitost svých zákazníků a snaží se dbát na jejich připomínky a vycházet jim maximálně vstříc.

8.1.2 Slabé stránky

Do slabých stránek lze zařadit:

- Vysoký úvěr – do začátku podnikání si musela společnost vzít poměrně velký úvěr a jeho splátky ji budou zatěžovat po několik následujících let bez ohledu na prosperitu jejího podnikání.
- Závislost na personálu – já jako zakladatel společnosti nejsem vyučen v oboru gastronomie, budu se tedy muset spolehnout na loajalitu personálu, především kuchařů.

- Nová společnost – jelikož je společnost nově založena, bude nějaký čas trvat než si vybuduje dobré vztahy s dodavateli a najde si stálé zákazníky tak, aby se na trhu dokázala více prosadit.
- První podnikatelská zkušenost – jedná se o moji první podnikatelskou zkušenost. přirozeně tedy nemám praktické zkušenosti s vedením lidí, ani podniku jako takového.

8.2 Vnější faktory

Ve vnějších faktorech se bere zřetel na příležitosti a hrozby společnosti.

8.2.1 Příležitosti

Jako příležitosti pro společnost GOOD FOOD s. r. o. vidím zejména:

- Rozvoj továrního areálu Svit ve Zlíně – pokud se zastupitelům města Zlína podaří prosadit jejich záměr a oživit chátrající tovární areál, bude to znamenat příliv nových firem a tak i potenciálních nových zákazníků společnosti GOOD FOOD s. r. o.
- Zrušení stravenek – jestliže se zruší stravenky, bude to příležitost pro navázání spolupráce se soukromými společnostmi, které budou chtít i přesto svým zaměstnancům zajišťovat zvýhodněné obědy. GOOD FOOD s. r. o. může například přijít s kupóny na polední menu, které nabídne firmám a ty je mohou poskytovat svým zaměstnancům.
- Nezaměstnanost v gastronomii – v důsledku krize je poměrně velká nezaměstnanost v oboru gastronomie. Naskýtá se tedy příležitost zaměstnat pouze kvalitní personál, který společnosti zaručí přízeň zákazníků.
- Zdravý životní styl – v současné době se začíná čím dál více brát ohled na kvalitu jídel. Dá se tedy předpokládat, že procento lidí, kteří si raději dopřejí klasická menu namísto stravy z tzv. fastfoodů poroste.
- Marketingové akce – možností jak zaujmout více potenciálních zákazníků je celá řada. Pokud se bude společnost v budoucnu marketingu věnovat více, je předpoklad, že jí to přinese více zákazníků a tím pádem větší zisky.

8.2.2 Hrozby

Hrozby ohrožující podnikání společnosti mohou být následující:

- Zrušení stravenek – lze ho vnímat jako příležitost, ale i jako hrozbu. Jejich zrušení by velmi pravděpodobně snížilo poptávku po poledních menu.
- Hygienické normy – ačkoliv veškeré zařízení ve společnosti je nové, budoucí zpřísnění hygienických norem by mohlo mít negativní dopad na podnikání.
- Ztráta stálého personálu – protože se jedná o celkem malou firmu, ztráta personálu (např. šéfkuchaře) by znamenala velké problémy v provozu kuchyně.
- Změna sazeb DPH – v době, kdy se vláda rozhodla šetřit není vyloučeno, že se sazba DPH opět zvedne, což by samozřejmě zvedalo cenu surovin a tím pádem i cenu produktu společnosti.
- Nová konkurence – nelze vyloučit, že do odvětví vstoupí noví konkurenti, případně, že některé restaurace začnou nabízet rozvoz svých menu.

9 RIZIKOVÁ ANALÝZA PROJEKTU

Jako každý podnik bude muset i firma GOOD FOOD s. r. o. čelit po dobu své existence hned několika rizikům, které by mohly v nejhrošším případě způsobit její bankrot. Aby tomu firma předešla měla by se v průběhu své existence na rizika připravit a snažit se je odstranit a nebo alespoň omezit tak, aby jejich dopad na chod firmy nebyl fatální.

Jako největší rizika pro společnost GOOD FOOD vidím následující:

- Růst cen surovin a energií
- Vstup nového konkurenta
- Nedostatek finančních zdrojů
- Malé zkušenosti majitele firmy
- Zpřísnění zákonů a hygienických norem
- Změna sazeb DPH

V následující tabulce jsou vypsána jednotlivá rizika s pravděpodobností jejich výskytu a mírou dopadu na společnost.

| Druh rizika | Pravděpodobnost výskytu | Dopad na společnost |
|---------------------------------------|--------------------------------|----------------------------|
| Růst cen surovin a energií | Vysoká | Vysoká |
| Vstup nového konkurenta | Střední | Střední |
| Nedostatek finančních zdrojů | Malá | Střední |
| Malé zkušenosti majitele firmy | Střední | Střední |
| Zpřísnění zákonů a hygienických norem | Malá | Střední |
| Změna sazeb DPH | Malá | Malá |

Tab. 22. Rizika projektu

Růst cen surovin a energií

S růstem cen surovin a energií musí v současné době počítat každá společnost, jelikož se ceny každoročně zvyšují. Pokud se jedná o pozvolný nárůst nemusí to mít na společnost velký dopad, ale pokud jde o skokové zdražení v řádu několika procent nebo i desítek procent, má to samozřejmě velký vliv na konečnou cenu výrobku. Příkladem může být letošní růst ceny vajec, která během několika týdnů zdražila téměř až o 100 %.

Vstup nového konkurenta

Toto riziko je společné téměř pro všechny obory podnikání. Vstupem nového konkurenta na trh logicky dojde ke snížení tržního podílu společnosti, snížení počtu zákazníků, což vede ke snížení tržeb a to může vést k ohrožení společnosti. Aby firma tomuto riziku dokázala čelit, měla by si být vědoma důležitosti zákazníka a snažit se s ním dodržovat dobré vztahy dodáváním kvalitních výrobků.

Nedostatek finančních zdrojů

Společnost by neměla dopustit, aby se ocitla na pokraji insolventnosti. Musí si proto dobře nastavit pravidla pro platby a inkasa faktur. Pokud by totiž došlo k nedostatku finančních zdrojů, firma by měla velmi omezené možnosti nákupu potřebných surovin a tím by se zkomplikoval její výrobní cyklus. V případě, že by se firma v této situaci ocitla, musela by situaci řešit navýšením částky úvěru nebo přijetím společníka do firmy.

Malé zkušenosti majitele firmy

Jelikož se jedná o můj první pokus s podnikáním, mohlo by se snadno stát, že z nedostatku zkušeností podcením některé důležité činnosti při vedení nebo založení společnosti, což by mělo negativní dopad na její fungování. Tato situace se dá částečně vyřešit angažováním nějakého zkušeného člověka, který by, alespoň v začátku podnikání pomáhal s vedením firmy. Případně se dá využít služeb profesionálních společností, tak jako jsem to udělal při zakládání firmy.

Zpřísnění zákonů a hygienických norem

V případě, že se vláda sama nebo na základě podnětu z EU rozhodne zpřísnit podmínky pro provozování živnosti, znamenalo by to jisté komplikace. Ale tato situace nastává zřídkakdy, proto je pravděpodobnost výskytu tohoto rizika malá. Co se týká zpřísnění hygienických norem, v nejbližších letech by se to společnosti neměl zásadně týkat, neboť veškeré vybavení společnosti je nové a moderní.

Změna sazeb DPH

Podle vládních vyjádření se dá v následujících letech očekávat nárůst sazeb DPH. I přesto, že základní suroviny pro přípravu poledních menu patří do snížené sazby DPH, její navýšení by znamenalo zvýšení nákladů. Avšak toto zvýšení by postihlo všechny konkurenty společnosti, takže míra dopadu na firmu je malá.

ZÁVĚR

Ve své diplomové práci jsem vytvořil podnikatelský záměr na založení společnosti dovážející polední menu do firem. Firma bude také svým zákazníkům nabízet cateringové služby.

Celá práce je rozdělena na tři části. A to teoretickou, analytickou a projektovou.

Teoretická část práce se zaměřuje na výklad základních pojmů podnikání v České republice, popis jednotlivých postupů a analýz, které byly v práci následně použity.

V analytické části práce jsem provedl průzkum trhu s následným vyhodnocením. Průzkum probíhal formou dotazníků zaměřených na potenciaální zákazníky mé firmy a na jejich vztah k dovozu poledních menu do práce. Součástí analytické části byla také analýza konkurenčního prostředí firmy. Pro tuto analýzu jsem zvolil Porterův model pěti sil.

V poslední, projektové části mé práce jsem se věnoval samotnému založení podniku. Což zahrnovalo činnosti od sepsání zakladatelské listiny až po plánování tržeb podniku. Jelikož v podnikání teprve začínám, rozhodl jsem se pro založení podniku specializovanou firmou, což mi ušetřilo mnoho starostí a času. Mohl jsem se tedy soustředit na jiné nezbytné činnosti před zahájením podnikání jako jsou: výběr místa pro provozovnu, výběr a nákup potřebného materiálového vybavení provozovny, výběr a přijetí personálu společnosti, tvorbu marketingového plánu a v neposlední řadě plánování finanční stránky podnikání.

Protože se založení podniku sestává z mnoha činností, bylo potřeba vytvořit si časový harmonogram projektu, díky kterému jsem předešel riziku, že na některou činnost zapomenou a nebo její zpoždění ohrozí plánované zahájení činnosti dne 1. 8. 2012.

Provedl jsem také SWOT analýzu společnosti, ve které jsem definoval silné a slabé stránky společnosti, a popsal příležitosti a hrozby, se kterými se bude muset společnost během svého působení potýkat.

Na závěr jsem provedl rizikovou analýzu, ve které je uvedeno 6 největších rizik, které mohou podle mého názoru ohrozit ziskovost firmy. Každé z těchto rizik je v ní popsáno i s pravděpodobností jeho výskytu a mírou dopadu na společnost.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- ABRAMS, Rhonda, 2005. *Obchodní plán: vytvořte ho správně a rychle*. Přeložil David SAJVERA. Praha: PRAGMA. ISBN 978-80-7349-052-2
- ALEXY, Julius a Rudolf Sivák, 2005. *Podniková ekonomika*. Bratislava: IRIS. ISBN 80-89018-82-3
- BĚLOHLÁVEK, František, Pavol KOŠŤAN, a Oldřich ŠULEŘ, 2001. *Management*. Olomouc: Rubico. ISBN 80-85839-45-8
- FORET, Miroslav, 2008. *Marketingový průzkum: Poznáváme svoje zákazníky*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2183-2
- FORET, Miroslav a Jana Stávková, 2003. *Marketingový výzkum: Jak poznávat svoje zákazníky*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0385-8
- FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK, 2005. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0939-2
- HORÁKOVÁ, Helena, 2003. *Strategický marketing*. 2., rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0447-1
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2008. *Strategický marketing: Strategie a trendy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2690-8
- KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ, 2007. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-1605-0
- PRAVDOVÁ Markéta a Pavel PRAVDA, 2008. *Obchodní zákoník 2008: Úplné znění s úvodním komentářem*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2572-7
- SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA, 2006. *Strategická analýza*. 2., přepracované a doplněné vydání. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-367-1
- SYNEK, Miloslav a kol., 2001. *Manažerská ekonomika*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-9069-6
- ŠIMAN, Josef a Petr PETERA, 2010. *Financování podnikatelských subjektů: Teorie pro praxi*. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-117-8
- ŠVARCOVÁ, Jena, 2003. *Ekonomie: stručný přehled*. Zlín: CEED. ISBN 80-902552-8-0

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ, 2008. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2409-6

VEJDĚLEK, Jiří, 1997. *Jak založit nebo převzít podnik*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-234-4.

WUPPERFELD, Udo, 2003. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Přeložil Jiří PONDĚLÍČEK. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-075-9

ZÁMEČNÍK, Roman, Zuzana TUČKOVÁ a Petr NOVÁK, 2008. *Podniková ekonomika I*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 978-80-7318-701-9

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Statistiky* [online]. Český statistický úřad, © 2012 [cit. 2012-04-16]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/statistiky>

ČÍŽEK, Tomáš. Míra nezaměstnanosti v ČR v únoru vzrostla na 9,2%. In: *Mediafax.cz* [online]. 8. března 2012 [cit. 2012-04-18]. Dostupné z: <http://www.mediafax.cz/ekonomika/4020360-Mira-nezamestnanosti-v-CR-v-unoru-vzrostla-na-9-2-procenta>

EUROBYDLENI.CZ. *Komerční nemovitosti, nabídka komerčních objektů na prodej, k pronájmu* [online]. EUROBYDLENI.cz/EURONEHNUTELNOSTI.sk, © 2003 [cit. 2012-04-06]. Dostupné z: <http://www.eurobydleni.cz/komercni-nemovitosti/>

IMENICKA.CZ. Menička, denní menu, obědy, polední menu, restaurace [online]. Imenicka.cz © 2009 – 2012 [cit. 2012-04-17]. Dostupné z: <http://imenicka.cz/>

JAKPODNIKAT. *Sazby DPH, výpočet DPH* [online]. Jana Konečná © 2011 [cit. 2012-04-19]. Dostupné z: <http://jakpodnikat.cz/dph-sazby.php>

KURZYCZ. *Mzdy – Vývoj mezd, průměrné mzdy 2012* [online]. Kurzy. cz, spol s r. o. a AliaWeb, spol s r. o., © 2010 – 2012 [cit. 2012-04-18]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/mzdy/>

RAJ REALIT. *Vyhledávání nemovitostí* [online]. Real STORM s. r. o., © 2010 [cit. 2012-04-06]. Dostupné z: <http://www.rajrealit.cz/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

DDHM Drobný dlouhodobý hmotný majetek

DHM Dlouhodobý hmotný majetek

N Náklady

Nar. Narozen

Odst. Odstavec

OR Obchodní rejstřík

OSVČ Osoba samostatně výdělečně činná

p. a. Ročně

PO Právnícká osoba

ŘP Řidičský průkaz

Sb. Sbírky

VH Výsledek hospodaření

ZK Základní kapitál

SEZNAM OBRÁZKŮ

| | |
|--|----|
| Obr. 1. PEST analýza vlivu prostředí (Bělohlávek; Košťan; Šuleř, 2001, s. 200) | 29 |
| Obr. 2. Využívání přestávky na oběd..... | 38 |
| Obr. 3. Důvod nenavštěvování restaurace nabízející polední menu v okolí mého zaměstnání..... | 39 |
| Obr. 4. Kolik jste ochotni zaplatit za jedno polední menu?..... | 40 |
| Obr. 5. Nedostatky dovážených obědů..... | 41 |
| Obr. 6. Víte co je catering? | 42 |
| Obr. 7. Využili jste někdy cateringových služeb? | 42 |
| Obr. 8. Jak často využíváte catering? | 43 |
| Obr. 9. Při jakých příležitostech využíváte cateringové služby? | 43 |

SEZNAM TABULEK

| | |
|---|----|
| Tab. 1. Výhody a nevýhody živnosti (Veber; Srpová, 2008)..... | 17 |
| Tab. 2. Výhody a nevýhody V. O. S (Veber; Srpová, 2008)..... | 17 |
| Tab. 3. Výhody a nevýhody K. S (Veber; Srpová, 2008)..... | 18 |
| Tab. 4. Výhody a nevýhody S. R. O (Veber; Srpová, 2008)..... | 18 |
| Tab. 5. Výhody a nevýhody A. S. (Veber; Srpová, 2008)..... | 19 |
| Tab. 6. Výhody a nevýhody družstva (Veber; Srpová, 2008)..... | 19 |
| Tab. 7. Věkové kategorie respondentů..... | 37 |
| Tab. 8. Hodnocení konkurence | 44 |
| Tab. 9. Uvažované prostory pro provozovnu | 52 |
| Tab. 10. Vybavení kanceláře | 53 |
| Tab. 11. Vybavení kuchyně..... | 54 |
| Tab. 12. Inventář cateringu | 55 |
| Tab. 13. Měsíční náklady | 59 |
| Tab. 14. Kalkulace ceny jídel | 60 |
| Tab. 15. Plánované tržby | 61 |
| Tab. 16. Čerpání úvěru | 62 |
| Tab. 17. Odpisy majetku | 62 |
| Tab. 18. Zahajovací rozvaha | 64 |
| Tab. 19. Rozpočet výnosů a nákladů za roky 2012 až 2014..... | 65 |
| Tab. 20. Rozvaha za roky 2012 až 2014 | 66 |
| Tab. 21. Časový harmonogram projektu | 68 |
| Tab. 22. Rizika projektu | 73 |

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Srovnání různých forem podnikání v ČR.
- P II Dotazník.
- P III Náklady na potřebný materiál.
- P IV Náklady na potřebné suroviny pro přípravu jídel.
- P V Jednotný registrační formulář.

PŘÍLOHA P I: SROVNÁNÍ RŮZNÝCH FOREM PODNIKÁNÍ V ČR.

| Právní forma | Živnostník | v. o. s. | k. s. | s. r. o. | a. s. | Družstvo |
|---------------------|--|---------------------|---|---|---|---------------------------|
| Statutární orgán | Živnostník | Všichni společníci | Komplementáři | Jednatelé | Představenstvo | Představenstvo (předseda) |
| Ručení | Celým os. majetkem | Celým os. majetkem | Komplementáři – celým os. majetkem Komanditisté – do výše vkladu | Omezené | Omezené | Omezené |
| Počet zakladatelů | 1 | 2 | 1 komplementář 1 komanditista | 1 FO Max 50 FO | 2 FO nebo 1 PO | 2 PO nebo 5 FO |
| Počáteční kapitál | - | - | Komplementář – 0 Komanditista – min. 5 000,- | 200 000,- | 2 000 000,- | 50 000,- |
| Úřední doklad | Koncesní listina, živnostenský list | Společenská smlouva | Společenská smlouva | Společenská smlouva, Zakládací listina | Zakladatelská listina nebo Společenská smlouva | Společenská smlouva |
| Dělení zisku | - | Rovným dílem | Komplementáři – rovným dílem Komanditisté – podle výše vkladu | Podle výše vkladu | Tantiemy, Podle výše vkladu, podíly na zisku – dividendy | - |
| Další řídicí orgány | - | - | - | Valná hromada | Valná hromada | Členská schůze |

PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍK.

Dobrý den,

studuji 5. ročník Fakulty managementu a ekonomiky na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a chtěl bych Vás touto cestou požádat o pár minut Vašeho času na vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník je zaměřen na průzkum trhu v oblasti rozvozu poledních menu do firem a cateringu. Vámi zvolenou odpověď prosím zakřížkujte, případně napište vlastní možnost.

Děkuji za spolupráci

Bc. Lukáš

Janků

Pohlaví: muž žena

Věk: do 19 let 20 – 29 let 30 – 39 let 40 – 49 let
50 a více

1. Využíváte v pracovní době přestávku na oběd?

Ano Ne

2. Nosíte si jídlo k obědu z domu?

Ano Ne

3. Máte v podniku jídelnu?

Ano Ne

4. Máte v okolí Vašeho podniku restauraci nabízející polední menu?

Ano Ne

5. Pokud ano, navštěvujete ji?

Ano Ne

6. Pokud ne, z jakého důvodu?

Čas Peníze Jiný:.....

7. Kolik jste ochotni zaplatit za 1 polední menu (polévka + hlavní chod)?

60 – 69 Kč 70 – 79 Kč 80 – 89 Kč 90 Kč a více

8. Necháváte si dovážet obědy do zaměstnání?

Ano Ne

9. Pokud ano, jste spokojeni s kvalitou jídla?

Ano Ne

10. Pokud nejste spokojeni s kvalitou jídel, kde vidíte nedostatky?

Velikost porce Teplota jídla Chut' Čerstvost surovin

Jiné:.....

11. Využili byste nabídku některého speciálního menu?

Vegetariánské Speciální dieta (prosím napište jaká) Ne

12. Víte co je to catering?

Ano Ne

13. Pokud ano, využíváte jej?

Ano Ne

14. Jak často jej využíváte?

Pravidelně (alespoň jednou ročně) Nepravidelně (méně než jednou ročně)

15. Při jakých příležitostech využíváte cateringu?

Oslava narozenin Svatba Sportovní akce Firemní akce

Jiné:.....

PŘÍLOHA P III: NÁKLADY NA POTŘEBNÝ MATERIÁL.

Částky uvedené v tabulce jsou včetně DPH.

| Položka | Počet ks | Cena za ks [Kč] | Cena celkem [Kč] |
|------------------------|----------|-----------------|------------------|
| KANCELÁŘ | | | |
| Psací stůl | 1 | 5 200 | 5 200 |
| Kancelářská židle | 1 | 1 850 | 1 850 |
| Skříň | 1 | 6 550 | 6 550 |
| Odpadkový koš | 1 | 400 | 400 |
| Věšák | 1 | 1 000 | 1 000 |
| Tiskárna | 1 | 2 130 | 2 130 |
| Konferenční stolek | 1 | 3 300 | 3 300 |
| Židle | 4 | 580 | 2 320 |
| KANCELÁŘ CELKEM | | | 22 750 |
| KUCHYNĚ | | | |
| Sporák | 3 | 22 600 | 67 800 |
| Pec | 3 | 32 500 | 97 500 |
| Grilovací deska | 2 | 8 450 | 16 900 |
| Fritéza | 1 | 4 735 | 4 735 |
| Varič těstovin | 1 | 17 450 | 17 450 |
| Digestoř | 3 | 3 150 | 9 450 |
| Pec na pizzu | 1 | 44 600 | 44 600 |
| Chladnička | 2 | 14 820 | 29 640 |
| Mraznička | 3 | 16 000 | 48 000 |
| Dřez | 3 | 5 405 | 16 215 |
| Myčka | 4 | 24 850 | 99 400 |
| Váha | 2 | 5 500 | 11 000 |
| Pracovní stůl | 5 | 4 375 | 21 875 |
| Mixér | 1 | 7 500 | 7 500 |
| Nářezový stroj | 1 | 9 260 | 9 260 |
| Mikrovlnná trouba | 1 | 2 760 | 2 760 |
| Univerzální robot | 1 | 12 980 | 12 980 |
| Odpadkový koš | 6 | 560 | 3 360 |

| | | | |
|---|-----|-----|----------------|
| KUCHYNĚ CELKEM | | | 520 425 |
| CATERING | | | |
| Talíř plytký | 120 | 55 | 6 600 |
| Talíř hluboký | 120 | 57 | 6 840 |
| Talíř dezertní | 200 | 50 | 10 000 |
| Sada příborů (polévková lžice + vidlička + nůž) | 150 | 140 | 21 000 |
| Kávová lžička | 120 | 19 | 2 280 |
| Dezertní vidlička | 200 | 24 | 4 800 |
| Kávový komplet (hrnek + podšálek) | 120 | 86 | 10 320 |
| Pivní sklenice | 130 | 27 | 3 510 |
| Sklenice na víno | 100 | 32 | 3 200 |
| Sklenice na šampaňské | 150 | 33 | 4 950 |
| Sklenice na destiláty | 100 | 26 | 2 600 |
| Džbán | 15 | 46 | 690 |
| Salátová mísa | 10 | 80 | 800 |
| Tác | 12 | 75 | 900 |
| Koš na pečivo | 7 | 30 | 210 |
| Chafing | 8 | 630 | 5 040 |
| Bílý ubrus | 20 | 135 | 2 700 |
| CATERING CELKEM | | | 86 440 |
| MATERIÁL CELKEM | | | 629 615 |

PŘÍLOHA P IV: POTŘEBNÉ SUROVINY NA PŘÍPRAVU JÍDEL.

| Surovina | Cena za jednotku | Počet jednotek | Cena celkem [Kč] |
|------------------------|------------------|----------------|------------------|
| MASO | | | |
| Vepřové | 80 Kč/kg | 60 kg | 4 800 |
| Kuřecí | 45 Kč/kg | 75 kg | 3 375 |
| Hovězí | 105 Kč/kg | 40 kg | 4 200 |
| Ryby | 100 Kč/kg | 15 kg | 1 500 |
| Kachní | 70 Kč/kg | 15 kg | 1 050 |
| MASO CELKEM | | | 14 925 |
| PŘÍLOHY | | | |
| Rýže | 25 Kč/kg | 15 kg | 375 |
| Brambory | 12 Kč/kg | 40 kg | 480 |
| Těstoviny | 10 Kč/kg | 25 kg | 250 |
| Hranolky | 26 Kč/kg | 20 kg | 520 |
| Knedlík | 19 Kč/ks | 35 ks | 665 |
| PŘÍLOHY CELKEM | | | 2 290 |
| ZELENINA | | | |
| Kořenová zelenina | 18 Kč/kg | 10 kg | 180 |
| Rajčata | 45 Kč/kg | 6 kg | 270 |
| Papriky | 44 Kč/kg | 8 kg | 352 |
| Okurky | 13 Kč/ks | 15 ks | 195 |
| Cibule | 10 Kč/kg | 3 kg | 30 |
| Žampiony | 28 Kč/kg | 5 kg | 140 |
| ZELENINA CELKEM | | | 1167 |

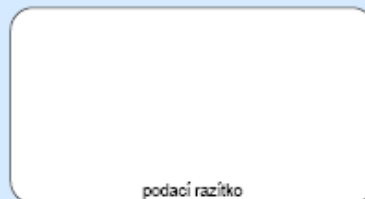
| OSTATNÍ | | | |
|-------------------------|----------------|--------------|---------------|
| Vejce | 5 Kč/ks | 50 ks | 250 |
| Olej | 38 Kč/l | 10 l | 380 |
| Sůl, mouka, cukr | - | - | 150 |
| Koření | - | - | 450 |
| Mléko | 13 Kč/l | 10 l | 130 |
| OSTATNÍ CELKEM | | | 1360 |
| SUROVINY CELKEM | | | 19 742 |

PŘÍLOHA PV: JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ.



JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

PRÁVNICKÁ OSOBA



podací razítko

ČÁST A - PODNIKATEL

01 Podnikatel

| | | | |
|---|-------------------------------|------------------------|---|
| a) obchodní firma / název právnické osoby ¹⁾ | GOOD FOOD | | |
| b) právní forma | společnost s ručením omezeným | c) identifikační číslo | 1 |

02 Sídlo

| | | | | | | | |
|----------------|-------------|------------------|-----------------|---------------------|--|--------|-----------|
| a) název ulice | Štefánikova | b) číslo popisné | 6736 | c) číslo orientační | | d) PSČ | 7 6 0 0 1 |
| e) název obce | Žilín | f) část obce | | | | | |
| g) okres | Žilín | h) stát | Česká republika | | | | |

03 Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu)
- ve smyslu § 45 resp. § 60 živnostenského zákona ohlašují živnost resp. žádám o koncesi

| | |
|-------------------|-------------------|
| pořadové číslo 1. | Hostinská činnost |
|-------------------|-------------------|

04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------|-------|----------------|---------------------|-------|----------|
| a) titul | b) jméno | Lukáš | | c) příjmení | Janků | d) titul |
| e) datum narození | 1 3 0 2 1 9 8 7 | | f) rodné číslo | 8 7 0 2 1 9 4 5 5 6 | | |

05 Bydliště / pobyt¹⁾ člena statutárního orgánu na území ČR

| | | | | | | | |
|----------------|-------------|------------------|-----------------|---------------------|--|--------|-----------|
| a) název ulice | Štefánikova | b) číslo popisné | 6736 | c) číslo orientační | | d) PSČ | 7 6 0 0 1 |
| e) název obce | Žilín | f) část obce | | | | | |
| g) okres | Žilín | h) stát | Česká republika | | | | |

06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

| | | | | | | |
|-------------------|----------|--|----------------|-------------|--|----------|
| a) titul | b) jméno | | | c) příjmení | | d) titul |
| e) datum narození | | | f) rodné číslo | | | |

07 Bydliště / pobyt¹⁾ člena statutárního orgánu na území ČR

| | | | | | | | |
|----------------|--|------------------|--|---------------------|--|--------|--|
| a) název ulice | | b) číslo popisné | | c) číslo orientační | | d) PSČ | |
| e) název obce | | f) část obce | | | | | |
| g) okres | | h) stát | | | | | |

08 Odpovědný zástupce

| | | | | | | | |
|---------------------|----------|-------------------|-------------|-------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------|
| a) titul | b) jméno | David | c) příjmení | Havlík | d) titul | | |
| e) státní občanství | české | f) rodné příjmení | | g) datum narození | 2 8 0 5 1 9 8 2 8 2 0 5 2 8 4 3 6 5 | | |
| i) místo narození | Erno | j) okres | Erno | k) stát | Česká republika | l) pohlaví ¹⁾ | muž ¹⁾ |

09 Bydliště odpovědného zástupce

| | | | | | | | |
|----------------|----------|------------------|-----------------|---------------------|--|--------|-----------|
| a) název ulice | Podléstí | b) číslo popisné | 4942 | c) číslo orientační | | d) PSČ | 7 6 0 0 1 |
| e) název obce | Žilín | f) část obce | | | | | |
| g) okres | Žilín | h) stát | Česká republika | | | | |

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

| | | | | | | | |
|----------------|--|------------------|--|---------------------|--|--------|--|
| a) název ulice | | b) číslo popisné | | c) číslo orientační | | d) PSČ | |
| e) název obce | | f) část obce | | g) okres | | | |

¹⁾ vyplní se pouze u fyzické osoby, která nemá přiděleno rodné číslo
MPO PO – vzor č. 06 (012011)

11 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce 0 1 | 0 8 | 2 0 1 2

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

13 Provozovna

| | | | |
|--|--|---------------------------|---------------------|
| a) název ulice Lešetín | b) číslo popisné II | c) číslo orientační II | d) PSČ 7 6 0 0 1 |
| e) název obce Žln | f) část obce | g) okres Žln | |
| h) název provozovny | | i) umístění provozovny | |
| j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně 0 1 0 8 2 0 1 2 | k) identifikační číslo provozovny | | |
| l) provozovna podléhající kolaudaci ANO / NE ²⁾ | m) předměty podnikání provozované v provozovně dle poř. čísla / u živnosti volné číslo oboru | | |

ČÁST B - DAŇOVÁ REGISTRACE

| | | | | | |
|---|---|---|-------------------------------------|---|--------------|
| - přihlašuji se ve smyslu § 125 a násl. daňového řádu k registraci u FÚ v | | Žlně | | | |
| a) k dani z příjmů právnických osob | <input checked="" type="checkbox"/> | b) k dani z přidané hodnoty (přílohou je přihláška k DPH) | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| c) k dani z nemovitosti | <input type="checkbox"/> | ode dne | d) k dani silniční | <input type="checkbox"/> | ode dne |
| e) k dani z příjmů jako plátcí: | 1) daně z příjmů ze závislé činnosti a funkčních požitků | | | <input type="checkbox"/> | ode dne |
| | 2) daně z příjmů vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně | | | <input type="checkbox"/> | ode dne |
| | 3) zajišťující daň z příjmů | | | <input type="checkbox"/> | ode dne |
| f) jednání statutárním orgánem, jinou pověřenou osobou nebo zastupování v daňových záležitostech ³⁾ | ANO / NE ³⁾ | g) jedná se o první daňovou registraci ³⁾ | ANO / NE ³⁾ | h) očekávaná daňová povinnost daň z příjmů právnických osob | daň silniční |
| i) číslo účtu u bank, spořicího a úvěrního družstva, na nichž mám soustředěny prostředky z podnikatelské činnosti | účet v ČR - číslo účtu / směrový (identifikační) kód 0 0 0 0 0 0 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 0 0 8 0 0 | | | | |
| | měna, ve které je účet veden CZK | | | | |
| | vlastníkem účtu je daňový subjekt ANO / NE ³⁾ | | | | |
| účet vedený v zahraničí - IBAN | | | | | |
| j) zahraniční daňové identifikační číslo, stát | k) právní předchůdce - daňové identifikační číslo CZ | | | | |
| l) název právnické osoby včetně dodatku / právní forma GOOD FOOD, s. r. o. | | | | | |

ČÁST C - OZNÁMENÍ PRACOVNÍHO MÍSTA

| | | | | | |
|---|---|---------------|--|--|--|
| - oznamuji ve smyslu zákona o zaměstnanosti volné pracovní místo / obsazení volného pracovního místa ³⁾ UP v | | | | | |
| a) místo výkonu práce | b) název profese | c) dle KZAM | d) vznik / obsazenost ³⁾ ke dni | | |
| e) pracovní právní vztah na dobu určitou / neurčitou ³⁾ | 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 D - VYBERTE PROVÁDĚNÉ ÚKONY V JEDNOTLIVÝCH ČÁSTECH

| | | | | | | | | |
|--------------------------|-------------------------------------|--------------|----------------------|-------------------------------------|--------------|-------------------|-------------------------------------|--------------|
| a) pro živnostenský úřad | <input checked="" type="checkbox"/> | počet příloh | b) pro finanční úřad | <input checked="" type="checkbox"/> | počet příloh | c) pro Úřad práce | <input checked="" type="checkbox"/> | počet příloh |
|--------------------------|-------------------------------------|--------------|----------------------|-------------------------------------|--------------|-------------------|-------------------------------------|--------------|

ČÁST E - ADRESA PRO DORUČOVÁNÍ

| | | | |
|---|--------------------------|---------------------|---------------------|
| a) název ulice Štetánko va | b) číslo popisné 6736 | c) číslo orientační | d) PSČ 7 6 0 0 1 |
| e) název obce Žln | f) část obce | g) okres Žln | |
| h) adresu použít i pro následující řízení ANO / NE ³⁾ | | | |

ČÁST F - DOPLŇJÍCÍ ÚDAJE

| | | |
|----------------------------|--------------------|---------------------------------|
| a) telefon 736 40 73 67 | b) daňová schránka | c) e-mail goodfood@gmail.com |
| jméno podatele | příjmení podatele | vlastnoruční podpis |
| vztah k právnické osobě | | |
| v | dne | |

²⁾ zvolením možnosti ANO vzniká povinnost vyplnit příslušnou část Zvláštní přílohy pro finanční úřad

³⁾ zvolením možnosti NE vzniká povinnost vyplnit příslušnou část Zvláštní přílohy pro finanční úřad