

# **Projekt založení podniku služeb v oblasti pohostinství ve městě Hodonín**

Bc. Ivana Lysá

---

Diplomová práce  
2015

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav podnikové ekonomiky  
akademický rok: 2014/2015

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Ivana Lysá**  
Osobní číslo: **M120674**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Podniková ekonomika**  
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Projekt založení podniku služeb v oblasti  
pohostinství ve městě Hodonín**

Zásady pro vypracování:

### Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

#### I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši v dané oblasti a formulujte teoretická východiska pro praktickou část práce.

#### II. Praktická část

- Provedte analýzu podnikatelského prostředí v oblasti provozování pohostinských služeb a poptávky po těchto službách v dané lokalitě.
- Na základě provedených analýz zhodnoťte a formulujte závěry jako východiska pro projektovou část diplomové práce.
- Vypracujte konkrétní projektové řešení založení podniku poskytující služby v oblasti pohostinství ve městě Hodonín.
- Navržený projekt podrobte rizikové analýze.

### Závěr

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

Seznam odborné literatury:

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 978-80-2470-939-0.

SHANE, Scott Andrew. A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2000, 327 s. ISBN 978-17-8100-799-0.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

ZEMÁNEK, Pavel a Jiří KONEČNÝ. Malé a střední podnikání. Zlín: UTB ve Zlíně, FLKŘ, 2012, 122 s. ISBN 978-80-7454-114-8.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Šárka Papadaki, Ph.D.  
Ústav podnikové ekonomiky  
Datum zadání diplomové práce: 16. února 2015  
Termín odevzdání diplomové práce: 27. dubna 2015

Ve Zlíně dne 16. února 2015



prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
děkanka



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

## PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE


### Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním 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 obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byla jsem seznámena s tím, že na moji 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. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s tím, že vyrovnaní případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové práci pracovala samostatně a použitou literaturu jsem citovala. V případě publikace výsledků budu uvedena jako spoluautorka.
2. že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

  
.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Předkládaná diplomová práce si klade za cíl vypracování projektu založení podniku poskytujícího pohostinské služby ve městě Hodonín.

Z teoreticko-aplikačního charakteru práce vyplývá její rozdělení na dvě části, teoretickou a praktickou.

V teoretické části jsou uvedeny poznatky z prostudované odborné literatury, jež tvoří ucelený informační celek týkající se tématu práce. Jsou zde vysvětleny základní pojmy z oblasti podnikání, definovány právní formy podnikání, řešena problematika založení společnosti, popsány služby obecně, ale také služby v pohostinství, jejich historie i současnost.

Obsahová náplň praktické části je věnována vypracování a vyhodnocení analýzy trhu, na niž navazuje konkrétní projektové řešení založení společnosti.

**Klíčová slova:** Podnikání, právní formy podnikání, pohostinské služby, analýza trhu, podnikatelský záměr, finanční plán.

## **ABSTRACT**

The main aim of the presented thesis is to prepare a project about establishing a company providing hospitality services in the town Hodonín.

The paper is split into two main parts: theoretical and practical.

There is knowledge from the carefully studied professional literature in the theoretical part. This part forms a complete information unit regarding the topic. The following questions are analysed in the theoretical part: basic terms from entrepreneurship, legal forms of private enterprises, the establishment of a company, services in general and specifically the hospitality services from their history up to the present.

The practical part is dedicated to the preparation and the evaluation of the performed market analysis. A particular type of a company was chosen according to the results of the market analysis. Establishing of the company including the initial budget, the balance sheet and the cash flow statement is the result of my paper.

**Keywords:** Enterprise, hospitanty services, legal form of business, market analysis, business plan, financial plan.

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce paní Ing. Bc. Šárce Papadaki, Ph.D. za její odborné vedení, věcné připomínky a cenné rady.

Děkuji také mé rodině a blízkým, kteří mě podporovali po celou dobu mého studia.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE</b> .....	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 PODNIKÁNÍ – ZÁKLADNÍ POJMY</b> .....	<b>12</b>
1.1 PRÁVNÍ ÚPRAVA PODNIKÁNÍ .....	12
1.2 PODNIKÁNÍ.....	13
1.3 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ V ČR.....	14
1.3.1 Podnikání fyzických osob .....	15
1.3.2 Podnikání právnických osob .....	16
<b>2 ZALOŽENÍ PODNIKU</b> .....	<b>19</b>
2.1 ROZHODNUTÍ STÁT SE PODNIKATELEM.....	19
2.2 PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ .....	19
2.3 VOLBA PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ .....	20
2.4 ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ.....	20
2.4.1 Získávání informací .....	21
2.4.2 Analýza externího podnikového prostředí .....	22
2.4.3 Analýza interního podnikového prostředí .....	24
2.5 PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR .....	25
2.6 ZALOŽENÍ A VZNIK SPOLEČNOSTI .....	30
<b>3 SLUŽBY</b> .....	<b>32</b>
3.1 VLASTNOSTI SLUŽEB .....	32
3.2 KLASIFIKACE SLUŽEB .....	32
3.3 SLUŽBY V POHOSTINSTVÍ .....	33
3.3.1 Historie pohostinství .....	34
3.3.2 Historie pohostinství v ČR.....	35
3.3.3 Zařazení pohostinských služeb dle CZ-NACE .....	35
3.3.4 Kategorizace pohostinských zařízení .....	36
3.3.5 Vstup do podnikání v oboru pohostinství .....	36
<b>4 SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI</b> .....	<b>38</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>39</b>
<b>5 ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ</b> .....	<b>40</b>
5.1 EXTERNÍ ANALÝZA.....	40
5.1.1 Analýza trhu ČR a místního trhu .....	40
5.1.2 Analýza odvětví v ČR .....	44
5.1.3 PEST analýza .....	47
5.1.4 Porterova analýza pěti sil .....	52
5.2 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	56
5.2.1 Závěrečné vyhodnocení dotazníkového šetření .....	63
5.3 ANALÝZA PRÁVNÍ FORMY .....	64
<b>6 VYHODNOCENÍ PROVEDENÝCH ANALÝZ</b> .....	<b>65</b>
<b>7 PROJEKTOVÁ ČÁST</b> .....	<b>67</b>

7.1	CÍLE PROJEKTU.....	67
7.2	CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI.....	67
7.2.1	Název společnosti.....	68
7.2.2	Sídlo společnosti .....	68
7.2.3	Předmět podnikání .....	68
7.2.4	Poslání a cíle podniku .....	69
7.3	ZALOŽENÍ SPOLEČNOSTI.....	70
7.3.1	Společenská smlouva .....	70
7.3.2	Splacení vkladů .....	72
7.3.3	Získání živnostenského oprávnění .....	72
7.3.4	Zápis do obchodního rejstříku.....	73
7.3.5	Povinné registrace .....	73
7.3.6	Rozpočet nákladů souvisejících se založením a vznikem společnosti.....	74
7.4	REALIZAČNÍ PROJEKTOVÝ PLÁN .....	75
7.4.1	Místo podnikání .....	75
7.4.2	Materiální zabezpečení projektu .....	76
7.4.3	Personální zabezpečení projektu.....	80
7.4.4	Harmonogram činností projektu .....	83
7.5	MARKETINGOVÝ PLÁN .....	83
7.5.1	Marketingové cíle.....	84
7.5.2	Marketingová strategie a marketingový mix.....	84
7.5.3	Marketingové náklady.....	87
7.5.4	Kontrola marketingových cílů.....	88
7.6	ZAKLADATELSKÝ ROZPOČET.....	88
7.6.1	Strana potřeb finančních zdrojů .....	88
7.6.2	Strana zdrojů financování .....	90
7.7	FINANČNÍ PLÁN .....	90
7.8	ANALÝZA RIZIK.....	92
7.9	SWOT ANALÝZA .....	94
7.10	ZÁVĚREČNÉ SHRNUÍ PROJEKTU .....	95
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>98</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>100</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>103</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>104</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>105</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>106</b>



## ÚVOD

Podnikání je nezastupitelnou součástí tržní ekonomiky, ať už se jedná o podnikání jednotlivců, malých a středních firem či velkých nadnárodních korporací.

V současné době stále více osob spatřuje právě v provozování podnikatelské činnosti svou budoucnost. Motivy, jež je k tomu vedou, jsou velmi různorodé, mohou jimi být například možnost seberealizace, dobrý nápad, vidina úspěchu nebo ztráta stálého zaměstnání.

Pozitivní dopady podnikání můžeme vypočítat z fungování trhu, vlivu na společnost i na celou ekonomiku. Z těchto důvodů je této oblasti věnována patřičná pozornost ze strany státu a orgánu EU, které také usilují o její podporu a rozvoj.

Právě aktuálnost tématu zakládání podnikání a zároveň enormní nárůst významu sektoru služeb v posledních desetiletích, mne vedli k výběru tématu této práce.

Cílem diplomové práce je vypracování projektu založení podniku služeb v pohostinství, který vychází ze zpracovaných teoretických poznatků a provedených analýz.

Práce je rozdělena do dvou hlavních částí, teoretické a praktické.

Teoretická část obsahuje ucelený informační přehled přibližující problematiku týkající se tématu práce, jež je vypracován na základě studia odborné literatury. Jsou zde uvedeny základní pojmy z oblasti podnikání, vymezeny a popsány právní formy podnikání a stanoven obecný postup založení společnosti. Nepostradatelnou součástí procesu založení podnikání je vypracování zakladatelského plánu, jehož jednotlivé kroky jsou také osvětleny v této části práce. Nechybí ani kapitoly věnované popisu služeb na všeobecné úrovni, ale také konkrétně služeb pohostinských.

Obsahem praktické části je kromě vypracovaných a vyhodnocených analýz, díky nimž byly získány potřebné informace o trhu, odvětví a vlivech působících na náš podnik, důležité pro posouzení možností úspěchu našeho podnikatelského záměru, také samotné projektové řešení založení podniku služeb v pohostinství ve městě Hodonín. Projekt konkretizuje jednotlivé nezbytné kroky vedoucí k založení podniku a zahájení jeho provozu, včetně vytvoření finančního a marketingového plánu.

Závěrem je vypracována SWOT analýza a analýza rizik a také shrnuty veškeré teoretické i praktické poznatky práce.

## CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Obsahovou náplň diplomové práce lze rozvrhnout do jednoho hlavního a tří podpůrných cílů.

Jako hlavní cíl práce je stanoveno vypracování návrhu projektu, který by v budoucnu mohl být reálným podkladem pro založení nové společnosti poskytující služby v oblasti pohostinství ve městě Hodonín, konkrétně pak baru orientovaného mimo jiné na nabídku belgických lahvových piv.

Proto, aby bylo možné vypracovat kvalitní a v praxi využitelný projekt, je potřebné získat dostatek informací o dané problematice. Z této podmínky vyplývá první z podpůrných cílů práce, jehož úkolem je zpracování literární rešerše za využití aktuálních bibliografických a internetových zdrojů, tak aby bylo dosaženo uceleného informačního přehledu z oblasti podnikání, služeb a pohostinství.

Aby byl projekt realizovatelný, měl by vycházet z požadavků trhu. Proto je dalším cílem provedení průzkumu trhu i daného odvětví jak na národní, tak na lokální úrovni, za využití nástrojů k tomuto určených, především pak PEST analýzy, SWOT analýzy, Porterovy analýzy pěti sil a kritériální analýzy.

Posledním cílem je získání informací týkajících se současné nabídky existujících podniků a poptávky po jejich službách a zároveň zjistit údaje o spokojenosti zákazníků. K tomuto účelu jsou využity empirické metody pozorování a dotazování.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 PODNIKÁNÍ – ZÁKLADNÍ POJMY

V této první a úvodní kapitole jsou definovány základní pojmy podnikání a vymezena právní úprava týkající se oblasti podnikání v České republice.

### 1.1 Právní úprava podnikání

V České republice (dále jen ČR) existují 4 základní právní předpisy, které upravují oblast podnikání.

Prvním z nich je Ústavní zákon, konkrétně Listina základních práv a svobod (Česko, 1993, s. 19, 21), která jakožto základní právní dokument vůbec umožňuje podnikání a deklaruje právo vlastnit majetek. Doslova je zde řečeno: *Každý má právo na svobodnou volbu povolání a přípravu k němu, jakož i právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost. Každý má právo vlastnit majetek.*

Druhým důležitým předpisem je obchodní zákoník (Česko, 1991a). Zde je obsažena legislativa upravující např. postavení podnikatelů, obchodní závazkové vztahy, také některé jiné vztahy spojeny s podnikáním, a dále jsou zde definovány pojmy jako podnik, podnikání, podnikatel, obchodní majetek, obchodní firma aj. Nepostradatelnou součástí obchodního zákoníku jsou části pojednávající o právních formách podnikání a o obchodních společnostech.

Živnostenský zákon (Česko, 1991b), třetí nejpodstatnější legislativa týkající se podnikání, se zaměřuje především na vzájemné vztahy mezi subjekty podnikajícími na základě živnostenského oprávnění a státem. Definuje pojem živnost, druhy živností, řeší rozsah živnostenského podnikání, možnosti vzniku a zániku živnostenského oprávnění, stanovuje podmínky provozování živností a obsahuje seznamy jednotlivých druhů živností.

Zákon o obchodních společnostech a družstvech (Česko, 2012) je zákonem účinným od 1. 1. 2014. Tento zákon částečně nahrazuje některé části obchodního zákoníku, které již nový obchodní zákoník neřeší. Jak již z názvu vyplývá, obsah je zaměřen především na zákonnou úpravu obchodních společností, a to konkrétně veřejné obchodní společnosti, akciové společnosti, komanditní společnosti, společnosti s ručením omezeným a družstva.

Kromě těchto předpisů existuje i řada dalších, které podnikání a podnikatele při výkonu činnosti mohou různou měrou ovlivňovat. Jedná se například o daňové zákony, zákon o účetnictví, zákoník práce atd.

## 1.2 Podnikání

Obsah pojmu podnikání prošel od 18. století velkým vývojem a diferenciací. Protože jen těžko budeme dnes v odborné literatuře hledat jednotnou či všeobecně přijímanou definici podnikání, jsou v následujícím textu pro ukázkou uvedeny alespoň některé z nich.

Podnikáním se dle obchodního zákoníku (Česko, 1991a) rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

Živnostenský zákon (Česko, 1991b, s. 2122) uvádí podobnou definici: *Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*

Hisrich a Peters (1996) definují podnikání jako proces vytváření čehosi jiného, čemuž náleží hodnota prostřednictvím vynakládání potřebného času a úsilí, přebírání doprovodných finančních, psychologických a společenských rizik a získávání výsledné odměny v podobě peněžního a osobního uspokojení.

*Činnost, která zahrnuje objevování, vyhodnocování a využívání příležitostí vedoucích například k zavádění nových výrobků a služeb, uplatňování nových způsobů organizace a objevování nových trhů, procesů a využitelných surovin, které předtím neexistovaly. Takto se děje za vynakládání námahy a úsilí podnikatele.* (Shane, 2003, s. 4)

Ačkoli se jednotlivé definice více či méně liší svým obsahem, můžeme z nich vyzorovat obecné rysy pojmu podnikání, mezi něž Veber a Srpová (2012) řadí:

- cílevědomou činnost,
- iniciativní, kreativní, inovativní přístupy,
- organizování a řízení transformačních procesů,
- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,
- převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu,
- cyklický proces.

### Podnikatel

U definování pojmu podnikatel se dostáváme do podobné situace, jako u pojmu podnikání, tzn., že odborná literatura se do jisté míry rozchází v interpretaci toho, kdo podnikatel vlastně je. Platná česká legislativa (Česko, 1991a) definuje podnikatele jako:

- osobu zapsanou v obchodním rejstříku,
- osobu, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- osobu, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- osobu, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.

Z uvedeného výčtu plyne, že podnikatelem mohou být jak fyzické, tak právnické osoby. Za fyzické osoby považujeme občany jako jednotlivce podnikající na základě živnostenského listu. Právnickými osobami chápeme subjekty, jež vznikají na základě písemné smlouvy či listiny a jsou zapsány v obchodním rejstříku.

### **Podnik**

S pojmy podnikání a podnikatel je neoddělitelně spjat i pojem podnik. I v tomto případě existuje řada výkladů, které závisí na hledisku, z něhož je na pojem podnik nahlíženo:

- a) V nejširším pojetí je podnik chápán jako celek, ve kterém se vstupy mění na výstupy.
- b) Obsáhleji je podnik vymezen jako ekonomicky a právně samostatná jednotka, která existuje za účelem podnikání. S ekonomickou samostatností, která je projevem svobody v podnikání, souvisí odpovědnost vlastníků za konkrétní výsledky podnikání. Právní samostatností rozumíme možnost podniku vstupovat do právních vztahů s jinými tržními subjekty, uzavírat s nimi smlouvy, ze kterých pro něj vyplývají jak práva, tak povinnosti. (Srpová a Řehoř, 2010)
- c) Právně (Česko, 1991a) je podnik definován jako soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit.

### **1.3 Právní formy podnikání v ČR**

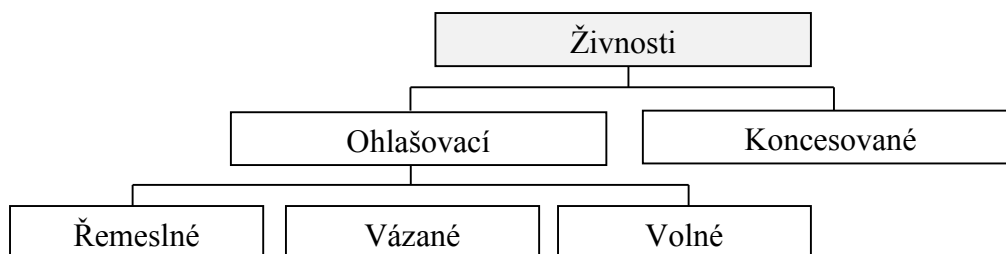
Svobodná volba právní formy podniku je jedním z podstatných rysů svobody podnikání. Zakladatelé by měli věnovat výběru nejvhodnější formy podnikání velkou pozornost a měli by důkladně zvážit všechna podnikohospodářská, daňová, výdělečná a jiná hlediska (Zámečník, Tučková a Novák, 2008). Každá z forem má své výhody i nevýhody a výběr té správné může rozhodovat o budoucnosti podnikání a jeho úspěchu či neúspěchu.

### 1.3.1 Podnikání fyzických osob

Podnikající fyzickou osobou budeme rozumět jednotlivce, který podniká na základě živnostenského oprávnění. Takovýmto podnikatelem se může stát kterýkoli občan, splní-li všechny podmínky stanovené živnostenským zákonem. Tyto podmínky jsou rozděleny na všeobecné, mezi něž patří dosažení 18 let věku, bezúhonnost a způsobilost k právním úkonům, a zvláštní podmínky, které se týkají odborné nebo jiné způsobilosti. (Česko, 1991b)

Plynoucí z definice živnosti uvedené v živnostenském zákoně, živnostník vystupuje pod svým jménem a ručí za své podnikatelské aktivity celým svým majetkem.

Živnostenský zákon dělí živnosti podle toho, jaké požadavky je nutné splnit pro získání živnostenského oprávnění na dvě skupiny – živnosti ohlašovací a koncesované.



Obr. 1. Členění živností (Vlastní zpracování dle Zemánek a Konečný, 2012)

#### Živnost ohlašovací

Jak již z názvu druhu živnosti vyplývá (Synek et al., 2011), oprávnění provozovat ohlašovací živnost vzniká podáním písemného ohlášení na předepsaném tiskopise u příslušného živnostenského úřadu. Dle informací uveřejněných portálem vznik živnostenského oprávnění u těchto živností nevyžaduje souhlas či rozhodnutí živnostenského úřadu. Pokud začínající podnikatel splní všechny podmínky stanovené zákonem pro danou živnost, může živnost provozovat ještě předtím, než mu bude vydán živnostenský list.

Podle podmínek, které musí ohlašovatel při ohlášení živnosti splňovat, se rozlišují tři druhy ohlašovacích živností:

- **živnosti řemeslné**, kdy odborná způsobilost je získána vyučením v oboru a praxí,
- **živnosti vázané**, kdy odborná způsobilost je stanovena pro každou živnost samostatně, provozování těchto živností vyžaduje získání průkazu způsobilosti,
- **živnosti volné**, kdy odborná způsobilost není stanovena. (Synek et al., 2011)

### **Živnost koncesovaná**

Koncesované živnosti (Synek, 2010) mohou být provozovány výhradně na základě státního povolení – koncese, která je udělována živnostenským úřadem. Udělení tohoto povolení vyžaduje, aby žadatel měl odpovídající a požadované vzdělání. Na vydání koncesní listiny není právní nárok, její vydání může být při existenci zákonných důvodů žadateli odepřeno. Mezi koncesované živnosti jsou řazeny zásadně obory, u kterých je riziko ohrožení života, zdraví, majetku a zákonem chráněných veřejných zájmů zvláště vysoké.

### **1.3.2 Podnikání právnických osob**

Podnikání právnických osob je upraveno zákonem o obchodních korporacích. Jedná se o obchodní společnosti, tedy útvary vytvořené lidmi a považované za samostatné právní subjekty, založené za účelem podnikání nebo v některých případech za účelem správy vlastního majetku. Obchodní společnosti jsou zakládány společenskou smlouvou uzavřenou mezi zakladateli nebo zakladatelskou listinou, v případě jediného zakladatele. Všechny tyto právnické osoby musí být zapsány v obchodním rejstříku. Rozlišujeme dva základní typy obchodních společností, a to kapitálové a osobní. (Česko, 2012)

#### **Kapitálové obchodní společnosti**

Kapitálové obchodní společnosti předpokládají kapitálovou účast společníků na podnikání, zákon jim však neukládá osobní účast na podnikání nebo řízení společnosti. Jejich zákonnou povinností je pouze vložení vkladu do společnosti. Společníci se tedy podílí na vytváření základního kapitálu, podnikatelskou činnost ale ovlivňují pouze nepřímo prostřednictvím valné hromady (Česko, 2012). Významnou výhodou pro společníky je nižší míra rizika podnikání daná omezeným ručením společníků za závazky společnosti, které je limitováno výší kapitálového vkladu. Zákon o obchodních korporacích (Česko, 2012) definuje dvě kapitálové obchodní společnosti – společnost s ručením omezeným a akciovou společnost.

#### ***Společnost s ručením omezeným***

Společnost s ručením omezeným (dále jen s. r. o.) je společnost, jež odpovídá za své závazky celým svým majetkem a společníci ručí za závazky společně a nerozdílně do výše svého nesplaceného vkladu. Společnost může být založena fyzickými i právnickými osobami, popř. jedinou osobou. Výše základního kapitálu není stanovena, avšak minimální vkladová povinnost společníka je 1 Kč. Základní kapitál je tedy dán součtem jednotlivých vkladů společníků. Obchodní firma musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, „spol.



s r. o.“, nebo „s. r. o.“. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, statutárním orgánem je jednatel, nebo jednatelé. Určí-li společenská smlouva, společnost zřídí i dozorčí radu jako svůj kontrolní orgán. (Česko, 2012)

### ***Akciová společnost***

Akciová společnost (dále jen a. s.) je typickým představitelem obchodní kapitálové společnosti. Společníci, resp. akcionáři, se na jejím fungování podílejí pouze poskytnutým kapitálem, přičemž samotný chod řídí profesionální management. Základní kapitál této společnosti tvoří určitý počet akcií o dané nominální hodnotě, výše tohoto kapitálu musí dosahovat nejméně 2 mil. Kč. Obchodní firma obsahuje označení „akciová společnost“, „akc. spol.“ nebo „a. s.“ Společnost může založit jedna a více právnických osob a dvě a více fyzických osob. K založení společnosti postačuje přijetí stanov zakladateli. Společnost odpovídá za své závazky celým svým jměním, akcionář za závazky společnosti neručí vůbec. Od 1. 1. 2014 si společnost může vybrat buďto dualistický systém vnitřní struktury nebo monistický. Při výběru dualistického systému je nejvyšším orgánem společnosti valná hromada, statutárním orgánem představenstvo a kontrolním orgánem dozorčí rada. V případě monistického systému zůstává nejvyšší orgán nezměněn, ale zřizuje se kontrolně-řídicí orgán, jímž je správní rada a také statutární ředitel, který je statutárním orgánem společnosti a přísluší mu její obchodní vedení. (Česko, 2012)

### ***Osobní obchodní společnosti***

Osobní obchodní společnosti jsou založeny a vlastněny dvěma nebo více osobami, které se zároveň dělí o její zisk. Tyto společnosti jsou charakteristické osobní účastí společníků na řízení firmy, ale také neomezeným a solidárním ručením za závazky společnosti. Ve srovnání s podniky jednotlivců je možné spojením několika společníků do podnikatelského subjektu vytvořit větší ručitelství kapitál a majetkové zázemí. Nevýhodou je neomezené ručení společníků a také závislost jejich úspěšné existence na vzájemných vztazích mezi společníky. Mezi osobní obchodní společnosti se řadí veřejná obchodní společnost a komanditní společnost. (Synek, 2010)

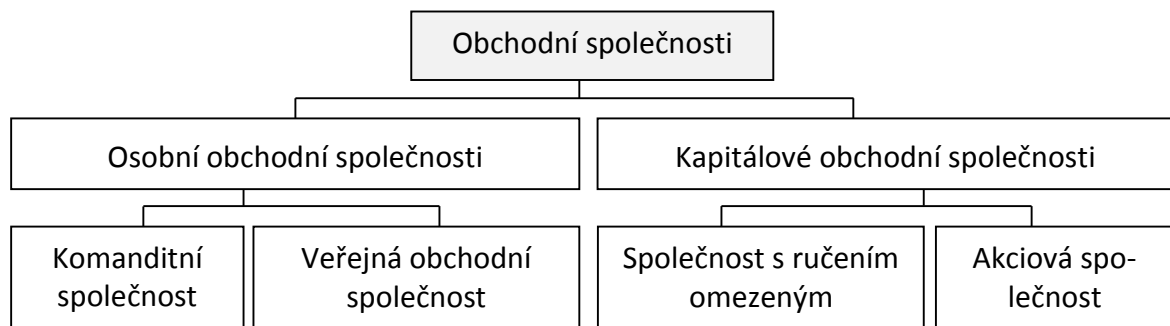
### ***Veřejná obchodní společnost***

Obchodní zákoník (Česko, 1991a) definuje veřejnou obchodní společnost (dále jen v. o. s.) jako společnost, ve které alespoň dvě osoby podnikají pod společnou firmou a ručí za závazky společně a nerozdílně celým svým majetkem. Tato společnost nemusí vytvářet základní kapitál. Práva a povinnosti společníků se řídí společenskou smlouvou a k její změně

je třeba souhlasu všech společníků. Společnost zodpovídá za své závazky celým svým majetkem, stejně tak i společníci ručí celým svým majetkem společně a nerozdílně. Právě toto je důvodem (Tučková, Zámečník a Novák, 2008), proč je tato forma podnikání používána především společně s formou sdružení svobodnými povoláními a díky neomezenému osobnímu ručení není příliš vhodná pro běžné podnikání.

### ***Komanditní společnost***

Komanditní společnost (dále jen k. s.) je řazena mezi osobní obchodní společnosti, ale nese i určité prvky kapitálových společností, konkrétně pak společnosti s ručením omezeným. Tato společnost se zakládá společenskou smlouvou, vždy s minimálním počtem dvou zakladatelů, kterými mohou být jak fyzické, tak právnické osoby. Existují dva typy společníků, jejich práva a povinnosti jsou stanoveny obsahem společenské smlouvy. Prvním typem společníků jsou komanditisté, jejichž povinností je splatit vklad (min. 5000 Kč) a za závazky společnosti ručí do výše jeho nesplacené části. Komanditisté nemají právo zasahovat do vedení a řízení společnosti. Smrtí komanditisty se společnost neruší. Druhým typem společníků jsou komplementáři, kteří ručí za závazky společnosti celým svým majetkem, vedou společnost a zároveň jsou považováni za její statutární orgán. Smrtí komplementáře se společnost ruší. (Mulač a Vochozka, 2012)



Obr. 2. Rozdělení obchodních společností (Vlastní zpracování dle Mulač a Vochozka, 2012)

## 2 ZALOŽENÍ PODNIKU

Založení podniku můžeme chápat dvěma způsoby. V užším slova smyslu se jedná pouze o sepsání společenské smlouvy či zakladatelské listiny, tak jak udává zákon. V širším slova smyslu budeme založením podniku rozumět celý proces vedoucí právě k sepsání smlouvy. Obsah tohoto procesu a popis jednotlivých kroků obsahuje následující kapitola.

### 2.1 Rozhodnutí stát se podnikatelem

Důvody zahájení podnikání bývají různorodé a můžeme jich najít mnoho - vytoužený pocit nezávislosti a samostatnosti, pocit potřeby být svým vlastním pánem, neschopnost uznávat autority, vidina vyšších příjmů, potřeba seberealizace, dobrý nápad, romantické představy, náhoda či nemožnost nalezení stálého zaměstnání. Ať už je důvod jakýkoli, předtím než začneme uskutečňovat první kroky vedoucí k založení podniku, je důležité zvážit všechna pro a proti, které nám podnikání může přinést. Je také nutné pouvažovat nad klíčovými otázkami, které mohou naše budoucí rozhodnutí o založení podnikání ovlivnit, a také se zamyslet nad předpoklady úspěšného podnikání. Srpová a Řehoř (2010) definují dva elementární předpoklady vedoucí k úspěšnému podnikání. Jsou jimi podnikavost a úspěch.

#### **Podnikavost**

Podnikavost je jádrem podnikání a patří k rozhodujícím subjektivním faktorům. Je to vlastnost, která vyjadřuje předpoklady člověka k podnikání. Podnikavost je člověku dána, ale lze si ji i osvojit. Tuto vlastnost může využít ve všech sférách lidské aktivity. (Srpová a Řehoř, 2010)

#### **Úspěch**

Vidina úspěchu je pro mnohé důvodem podnikání. Srpová a Řehoř (2010, s. 34) definují úspěch jako očekávání dosažení předem daného a vysněného cíle. Všeobecně platí, že základem úspěchu je především vůle zvítězit a dosáhnout předem stanoveného cíle a také, že dosažení úspěchu vyvolává v člověku potřebu dalšího úspěchu.

### 2.2 Předmět podnikání

Předmětem podnikání (Vejdělek, 1997) je podrobně definovaný obsah aktivit provozovaných podnikatelem či úzce specifikovaná služba jím nabízená. Jasně vymezení předmětu podnikání je velmi důležitým krokem v procesu zakládání podniku, který následně ulehčí

podnikateli orientaci v otázkách zajištění potřebné administrativy, vybavení provozovny, požadavků na zaměstnance a jejich kvalifikaci aj.

### 2.3 Volba právní formy podnikání

Jedou z nejdůležitějších věcí (Synek, 2010) před zahájením podnikání, je rozhodnutí, jakou právní formu podnikání zvolit. Tímto rozhodnutím podnikatel nejenom určuje budoucí vztah podniku a jeho okolí, ale také vytváří adekvátní možnosti přístupu ke kapitálu. Současně je nutné si uvědomit, že právní forma a s ní spojený název podniku dává světu signál o rozměru podnikatelských aktivit. Na volbě formy podnikání také závisí další postup zakládání podniku, který je pro jednotlivé formy specifický.

V odborné literatuře (Šiman a Petera, 2010; Synek, 2011) můžeme najít tzv. základní kritéria výběru právní formy podnikání. Tato kritéria mohou být jakýmsi vodítkem, které dovede začínajícího podnikatele ke správné volbě právní formy podnikání, nebo alespoň tento rozhodovací proces ulehčí. Mezi tato kritéria řadíme:

- způsob a rozsah ručení,
- oprávnění k řízení,
- počet zakladatelů,
- nároky na základní kapitál,
- administrativní náročnost,
- účast na zisku (ztrátě),
- finanční možnosti, přístup k cizím zdrojům,
- daňové zatížení,
- zveřejňovací povinnost.

Je nutno podotknout, že volba právní formy podnikání je velmi důležitá, ne však nezvratná. Ačkoli jsou se změnou právní formy spojeny dodatečné náklady a složitá administrativa, zákony tuto změnu umožňují.

### 2.4 Analýza podnikatelského prostředí

Před započítím podnikání je potřebné mít spoustu informací, které jsou alfou i omegou úspěšného podniku. Podnik není izolovaný útvar, ale existuje v ekonomickém systému. Je nutné, abychom získali různorodé informace o všech částech tohoto systému a způsobu jejich fungování. K tomuto účelu nám napomůže komplexní analýza podnikového prostředí.

Jedná se o systematické zkoumání a šetření vnějšího i vnitřního okolí podniku z hlediska minulosti, přítomnosti a budoucnosti. Výsledky analýzy bývají využívány např. pro stanovení marketingových cílů a plánů, vize podniku, strategií, poslání podniku aj. (Blažková, 2007)

Díky analýze prostředí (Blažková, 2007) jsme schopni nejen do určité míry poznat okolí obklopující podnik, ale také identifikovat změny a trendy, které zde probíhají. Podnikové prostředí můžeme rozdělit na dvě velké skupiny. Při šetření podmínek a faktorů ovlivňujících podnik zvenčí mluvíme o tzv. externí analýze. V této můžeme sledovat faktory vycházející z makroprostředí nebo mikroprostředí. Druhou skupinou je analýza interní, tzn. analýza vnitřní situace podniku.

Komplexní analýza se provádí jako samostatný krok nebo může být součástí plánovacího procesu. Všeobecně ale platí, že by měla být prováděna pravidelně, nikoli až v případě výskytu problému a nutnosti. (Blažková, 2007) Předtím než začneme pro analýzu využívat nástroje určené k tomuto účelu, musíme získat potřebná data a informace.

#### **2.4.1 Získávání informací**

Na počátku celého procesu jakékoli analýzy stojí data, z nichž se informace vytvářejí. Zpravidla existuje dostatek informačních zdrojů (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011) pro získávání dat či informací. Proto se vždy nejprve pokusíme ověřit, zda jsou k dispozici sekundární data, jestliže nejsou, teprve potom přikročíme k hledání primárních dat. Hlavním důvodem tohoto postupu je velká odlišnost mezi finanční a časovou náročností získávání jedněch nebo druhých dat a informací.

Sekundární informace získáme zpracováním dat, jež byla zpravidla původně shromážděna někým jiným, pro odlišný účel než který pomocí marketingového výzkumu řešíme my. Dostáváme se k nim zprostředkovaně. Sekundární data bývají k dispozici při zahájení výzkumného projektu, byla totiž shromážděna dříve v minulosti. Jedná se o opakovaně použitelná data. Cena pořízení a čas věnovaný nalezení, shromáždění a zpracování těchto dat bývá výrazně nižší než u těch primárních. Zdroje těchto dat jsou volně dostupné.

Pokud při pátrání zjistíme, že potřebná data neexistují, jsou nedosažitelná či nevhodná, přikročíme ke zjišťování primárních dat a informací. Primární informace obsahují nová data, jež musí být teprve shromážděna pro specifický účel. Primární data nebyla dříve publikována, nebo o tom nevíme. Může se stát, že je zvládneme z publikovaných zdrojů odvodit.

(Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011). Ke sběru primárních dat jsou využívány buď kvantitativní, nebo kvalitativní metody.

### **Kvantitativní metody**

Jak již z názvu typu metod vyplývá, jsme schopni za jejich pomoci zjistit odpovědi na otázky týkající se konkrétního počtu. Mezi základní kvantitativní metody jsou považovány písemné dotazování, dotazování prostřednictvím internetu, telefonické dotazování a panelová diskuze. (Blažková, 2007)

### **Kvalitativní metody**

Tento typ metod využijeme tehdy (Blažková, 2007), když chceme získat odpovědi, které není možné zaznačit v číslech, například když potřebujeme zjistit něčí názory, potřeby a motivy. Mezi nejčastěji využívané kvalitativní metody řadíme:

- skupinové diskuse, tzv. focus groups – skupina odborníků nebo spotřebitelů diskutuje pod vedením moderátora na dané téma či o konkrétním problému,
- hloubkové rozhovory – probíhají nejčastěji za přítomnosti psychologa, který se snaží získat odpovědi pomocí důkladně promyšlených otázek či testů,
- brainstorming – skupinová diskuze na daný problém, kdy jsou všechny návrhy zapisovány a po uplynutí dané doby znova probírány a tříděny. (Blažková, 2007)

#### **2.4.2 Analýza externího podnikového prostředí**

Při šetření podmínek a faktorů prostředí obklopujících podnik mluvíme o tzv. externí analýze. Rozlišujeme analýzu makroprostředí a mikroprostředí. V rámci analýzy externího podnikového prostředí podnik získává a zpracovává informace o makroekonomických vlivech, o trhu, o odvětví, o konkurenci, dodavatelích a zákaznících.

Analýza prostředí je dle Kotlera (2007) důležitá především pro poznání externího okolí, v kterém podnik působí, dále pro identifikaci změn a trendů, které se dějí v okolí podniku a mohou mít na něj vliv, a ke stanovení toho, jak bude podnik na vlivy těchto změn a trendů reagovat. K takovému zkoumání můžeme využít různé analytické techniky, z nichž k nejvyžívanějším a nejznámějším patří PEST analýza a Porterův model pěti sil.

### **PEST analýza**

Jedna z nejjednodušších, nejčastěji využívaných a víceborových metod sloužících k vysvětlení a porozumění probíhajících změn ve všech sférách podnikového okolí je PEST analýza. Tato analýza je analytická technika sloužící k mapování okolního prostředí organizace a konkrétního konkurenčního prostředí na regionální nebo národní úrovni. Slouží také k porovnávání podmínek v zemi a k odhalení krátkodobých a dlouhodobých hrozeb a příležitostí. Obsahová část je tvořena čtyřmi nezávislými faktory, jejichž počáteční písmena tvoří akronym v názvu analýzy, těmito jsou politické, ekonomické, sociální nebo sociokulturní a technologické faktory, jež dohromady tvoří konkrétní příležitosti a hrozby týkající se daného podniku. (Rugman, Collinson a Hodgetts, 2006)

Obsahovou náplň jednotlivých faktorů PEST analýzy můžeme definovat následovně:

- politické faktory – existující a potenciální působení politických vlivů,
- ekonomické faktory – působení a vliv místní, národní a světové ekonomiky,
- sociální faktory - průnik sociálních a kulturních tradic a změn dovnitř organizace,
- technologické faktory - dopady stávajících a nových technologií.

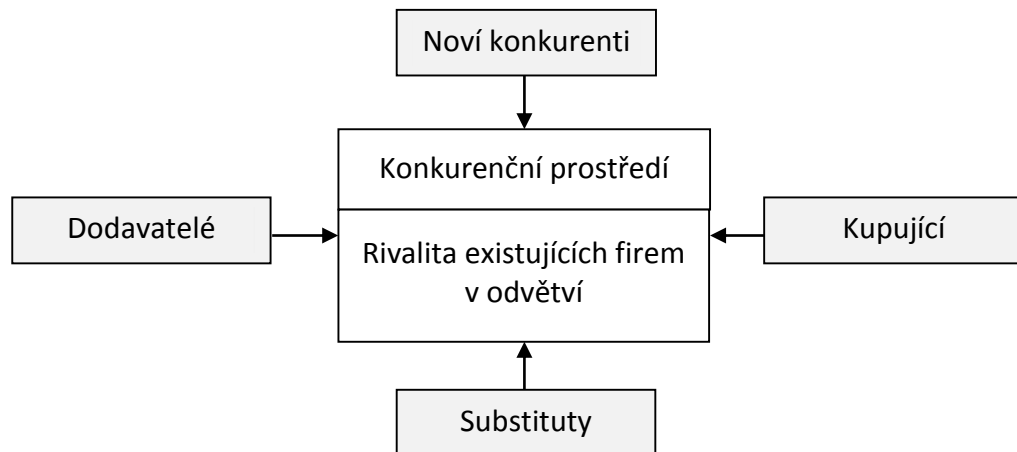
Účelem PEST analýzy je dle Srpové a Řehoře (2010) v první řadě identifikace faktorů, které ovlivňují nebo v blízké budoucnosti mohou ovlivnit náš podnik. Dalším cílem zpracování je identifikace účinků a možných dopadů těchto faktorů, a dále také učinění rozhodnutí, které z těchto faktorů představují aktuální hrozbu či příležitost pro podnik. Z uvedeného plyne, že hlavním cílem je propojení makrookolí podniku s jeho každodenními aktivitami, a tak informace získané za pomoci této analýzy maximálně využít k jeho prospěchu.

### **Porterův model pěti sil**

K další velmi populární metodě sloužící k analýze odvětví a konkurenčního prostředí v daném odvětví patří Porterův model pěti sil (Obr. 3).

Model dle Keřkovského a Vykypěla (2006) předpokládá, že pozici určité firmy na trhu určuje a ovlivňuje 5 základních faktorů, které na ni působí. Těmito faktory jsou:

1. vyjednávací síla zákazníka,
2. vyjednávací síla dodavatelů
3. hrozba vstupu nových konkurentů
4. hrozba substitutů
5. rivalita firem působících na daném trhu



Obr. 3. Porterův model konkurenčního prostředí (Vlastní zpracování dle Blažková, 2007, s. 57)

Cílem Porterovy analýzy a hlavním výstupem je identifikace potenciálních hrozeb a příležitostí plynoucích z podnikového okolí. Dle výsledků může společnost činit určitá opatření vedoucí k eliminaci zjištěných hrozeb nebo naopak kroky vedoucí k využití zjištěných příležitostí. (Keřkovský a Vykypěl, 2006)

### Kriteriální analýza

Kriteriální analýza je dle Brožové (2014) metodou, jejíž uplatnění je velmi široké, nejčastěji je však spojována s analýzou konkurenčního prostředí a konkurence. Tato metoda umožňuje identifikovat konkurující podniky, jejich silné a slabé stránky, typické reakce na určité situace, umožňuje také pochopit jejich strategii a vytvořit strategii vlastní, tak aby podnik dosáhl určité konkurenční výhody nebo stabilní pozice na trhu.

Podstatou každé kriteriální analýzy je volba základního souboru, volba kritérií a hodnotící škály. Jednotlivé prvky základního souboru jsou poté porovnávány a hodnoceny za využití zvolených kritérií, které autor dle svého subjektivního postoje ohodnotí v rámci možností hodnotící škály a podle svých preferencí.

Výsledek této analýzy dle Brožové (2014) většinou přinese nejlépe hodnocený prvek ze základního souboru, popř. preferenční pořadí jednotlivých prvků základního souboru.

#### 2.4.3 Analýza interního podnikového prostředí

Analýza interního prostředí je orientována na všechny prvky ovlivňující chod společnosti a zároveň nacházející se uvnitř podniku. Zamazalová (2010) do obsahové náplně analýzy



vnitřního prostředí řadí např. analýzu všech zdrojů společnosti, ať už finančních, materiálních, nemateriálních, lidských, ale také analýzu marketingu, komunikace, struktury, technologie, procesů, informačního systému aj. Výstupem této analýzy by měla být identifikace silných a slabých stránek společnosti. Jedním z nejnámějších zástupců existujících metod pro vypracování analýzy interního prostředí je tzv. SWOT analýza.

### SWOT analýza

Dle autorů Websterové a Williamse (2010) je SWOT analýza technika zaměřená na odhalování a identifikaci silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Je kombinací jak analýzy externího, tak interního podnikového prostředí. Díky jejímu využití jsme schopni do určité míry předvídat potenciální hrozby a příležitosti vznikající v budoucnu a vyplývající z vnějšího podnikového okolí, ale také odhadnout, jaké příležitosti a hrozby mohou vyplynout ze silných a slabých stránek daného podniku. Tyto 4 obsahové části SWOT analýzy jsou velmi úzce propojeny.

Swot analýza bývá nejčastěji zobrazena ve formě matice (Obr. 4).

	POMOCNÉ	ŠKODLIVÉ
VNITŘNÍ	Silné stránky	Slabé stránky
VNĚJŠÍ	Příležitosti	Hrozby

Obr. 4. SWOT analýza – obecné schéma (Vlastní zpracování dle Blažková, 2007, s. 155)

Výsledky SWOT analýzy jsou užitečné nejen pro identifikaci zmíněných souvislostí, ale také pro identifikaci rizika. Protože na procesu tvorby analýzy zpravidla spolupracují klíčoví manažeři daného oboru, nejsou získané výsledky považovány za příliš strukturované a omezující v dalším využití. (Websterová a Williams, 2010)

## 2.5 Podnikatelský záměr

*Podnikatelský záměr nebo také plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů.* (Orlík, 2011)

Autoři odborných publikací se neshodují na obsahu podnikatelského plánu, který však ani není pevně stanoven. Jeho jednotlivé části velmi záleží na autorovi a příjemci, pro kterého je plán sestavován a jemuž bude prezentován.

Pro názornou ukázkou byly vybrány dva podnikatelské záměry s odlišným obsahem.

Podnikatelský záměr by měl mít dle Srpové (2011) následující obsahové části:

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

Oproti tomu autoři Zámečník, Tučková a Novák (2010) definují obsahovou náplň úspěšného podnikatelského záměru takto:

1. shrnutí projektu,
2. představení firmy a jejích cílů,
3. popis výrobků, resp. poskytovaných služeb,
4. charakteristika odvětví,
5. charakteristika konkurence,
6. marketingový plán,
7. výrobní proces,
8. organizace řízení,
9. finanční plán,
10. vlastnictví,
11. rizikové faktory,
12. vliv na životní prostředí,

13. časový harmonogram,
14. shrnutí a závěry,
15. přílohy.

Ačkoli se v pořadí druhý podnikatelský záměr může jevit jako podrobnější, nemusí tomu tak v konečném důsledku být. Důvodem je jakási obsahová volnost a nekonkrétnost, jednotlivých bodů definovaných v plánu prvním, který jsme si právě z tohoto důvodu vybrali pro popis obsahové náplně jednotlivých částí, který následuje.

### **1. Titulní list**

Úvodní strana by měla obsahovat pouze nejzákladnější údaje o podnikatelském plánu (Nápad roku, ©2012) např. název projektu, logo společnosti, kontaktní údaje, sídlo, informace o podnikateli aj.

### **2. Obsah**

Obsah je důležitou částí každého dokumentu sloužící k usnadnění orientace v něm, proto by neměl chybět ani v podnikatelském záměru.

### **3. Úvod, účel a pozice dokumentu**

Obsahem úvodní kapitoly je krátký popis klíčových bodů dokumentu. Jeho hlavním úkolem je poskytnout čtenářům, kterým je určen, základní informace o podnikatelském záměru a vzbudit v nich zájem a zvědavost. (Fleissigová, 2010)

Tato kapitola je důležitou součástí podnikatelského plánu (Srpová et al., 2011) především proto, že umožňuje a napomáhá pochopit jeho záměr, účel, logiku. Mezi hlavní složky, na které se kapitola zaměřuje, patří poslání a cíle podniku, identifikace výrobku či služby, jeho přednosti, organizace a řízení podniku, charakteristika společnosti, umístění provozny, plán investic, přehled personálu podniku, veškeré technické vybavení a v neposlední řadě průprava podnikatele, jeho znalosti, zkušenosti a předchozí praxe.

### **4. Shrnutí**

Shrnutím je dle Srpové (2011) chápán podrobnější popis částí obsažených v podnikatelském plánu. Je velmi důležité odlišit obsah, úvod a shrnutí, protože tyto části si mohou být velmi podobné.

## **5. Popis podnikatelské příležitosti**

Dle Srpové (2011) je tato část zaměřena na službu či výrobek, který chceme dodávat na trh. Je nutno zde identifikovat danou službu či výrobek, podrobně jej charakterizovat, popsat výhody, jedinečnost a inovativnost. Samozřejmostí je také objasnění toho, jakou potřebu zákazníka služba či výrobek řeší.

## **6. Cíle firmy a vlastníků**

Srpová (2011) zastává názor, že za úspěšnou realizací podnikového záměru a všeobecně za úspěchem firmy stojí především její vedení, management podniku a cíle těmito lidmi stanovené. Tato část práce je tedy určena pro identifikaci cílů všech zainteresovaných skupin, které mají zájem na realizaci plánu. Snahou je přesvědčit čtenáře, že právě naše firma je schopna v konkrétním čase realizovat předkládaný projekt.

## **7. Potencionální trhy**

Tato část dokumentu je určena pro vypracování analýzy podnikatelského prostředí (viz kapitola 2.4). Výsledkem této analýzy je identifikace cílového trhu, na který se podnikatelský záměr bude orientovat, a identifikace potencionálních zákazníků a jejich potřeb. (Srpová et al., 2011)

## **8. Analýza konkurence**

Při provádění jakékoli podnikatelské aktivity je konkurence každodenní realitou. Je nutno si uvědomit, že konkurence byla, je a bude, a jelikož může představovat hrozby i příležitosti pro naše podnikání, je dobré tuto konkurenci poznat a analyzovat. K tomuto je určena tato část podnikatelského záměru. Dle portálu Nápad roku (©2012) můžeme v rámci této části provést například srovnání s konkurencí, identifikovat potencionální konkurenty a hrozby, poznat silné hráče v odvětví, určit faktory úspěchu nebo definovat konkurenční výhodu našeho podniku.

## **9. Marketingová a obchodní strategie**

Obchodní plán obsahuje důležité informace týkající se nákupu zboží a služeb, plánu dodavatelů, skladovacích prostorů, plánu prodeje a tržeb a plánu nákladů. Tento plán je tvořen pouze v případě, že se nejedná o podnik výrobního charakteru.

Marketingový plán je plán, v němž stanovujeme strategie a definujeme nástroje, pomocí nichž chceme dosáhnout stanovených cílů. K tomuto slouží tzv. marketingový mix, který je

tvořen 4 popřípadě 7 marketingovými nástroji: produkt, cena, propagace, distribuce, procesy, lidé a fyzický důkaz. Tato část podnikatelského plánu je nejdůležitější pro potenciální investory, protože řeší předpoklady úspěchu podniku. (Srpová et al., 2011)

### **10. Realizační projektový plán**

Jestliže je definována služba nebo produkt, který chceme dodávat na trh a zároveň jsou získány veškeré dostupné informace, provedeny analýzy a stanoveny cíle, může následovat tvorba strategií, tedy postupných kroků, které povedou k dosažení stanovených cílů, a jejich zavádění. Postup zavádění strategií by měl být jasně časově a věcně definován. Je také nutné určit odpovědné osoby. Pro názornost mohou být použity tabulky či grafy. (Nápad roku, ©2012)

### **11. Finanční plán**

Finanční plán slouží pro vyhodnocení potřeby finančních zdrojů a jejich zabezpečení. Je zde sestavována prognóza hospodářských výsledků v prvních letech podnikání. K určení hospodářských výsledků je dle Orlíka (2011) nutné, aby podnikatel stanovil předpoklad příjmů a výdajů, s výhledem alespoň na tři roky, vycházejících z počátečních rozvah a dále vypočítal cashflow v příštích třech letech.

### **12. Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu**

V této části projektu, je nutné dle Flessingové (2010) identifikovat veškerá možná rizika, která by mohla podnikání či samotný projekt v průběhu jeho realizace i života ohrožovat. Tato rizika mohou vyplynout z konkurence, ze změn cen, z nevhodného marketingu, výroby, či manažerského týmu. Z tohoto důvodu musí podnikatel v této části navrhnout náhradní řešení a strategie, aby si byl investor jistý, že v případě ohrožení si je podnikatel rizik vědom a je schopen jim úspěšně čelit.

### **13. Přílohy**

Do příloh se zahrnuje podpůrná dokumentace, která nelze začlenit přímo do samotného podnikatelského plánu. Patří sem (Nápad roku, ©2012) například různé ankety, dotazníky, smlouvy, letáky, brožury, životopisy zaměstnanců, výpis z obchodního rejstříku, fotografie, živnostenské oprávnění, popřípadě smlouvy s dodavateli a nájemní smlouva.

## 2.6 Založení a vznik společnosti

Vochozka a Mulač (2012) dělí založení podniku na dvě části – právní a věcnou. Obsahem právní stránky je zajištění nutných kroků k tomu, aby se podnik stal subjektem práva, tedy založení obchodní společnosti. Druhým úkolem je zahájení vlastní podnikatelské činnosti.

Protože celá následující část práce bude zaměřena na společnost s ručením omezeným, tak i problematika založení a vzniku je vysvětlena pouze na této formě podnikání.

Založení s.r.o. můžeme považovat za poměrně zdoluhavý proces, jehož délka je odhadována přibližně na 3 týdny. Toto je způsobeno především administrativními požadavky, čekacími lhůtami a rychlostí odbavování na úřadech.

Před samotným založením společnosti je nutné si rozmyslet a rozhodnout některé důležité skutečnosti, kterými jsou například název společnosti, její oficiální sídlo, předmět podnikání, zvolit či dohodnout se na vztazích uvnitř společnosti, tzn. rozhodnutí o zástupcích společnosti, jednatelích, společnících, vlastnících a jiných funkcích, neopomenutelným bodem je také dohoda o výši a způsobu splacení základního kapitálu.

V případě, že jsme pečlivě zvážili předchozí body a máme jasně rozhodnuto, můžeme přikročit k administrativním úkonům vedoucím k založení společnosti.

### Společenská smlouva

Společnost s r. o. se zakládá společenskou smlouvou, popřípadě zakladatelskou listinou, existuje-li pouze jeden zakladatel. Tyto dokumenty jsou vždy vyhotoveny formou veřejné listiny. Dle zákona (Česko, 2012) musí společenská smlouva obsahovat tyto podstatné náležitosti:

- firma společnosti, předmět podnikání
- určení společníků, jejich bydliště či sídla společnosti
- určení jednatelů společnosti, jejich bydliště a způsob zastupování
- určení druhů podílů každého společníka a práv a povinností s nimi spojených,
- výši vkladu nebo vkladů připadajících na podíl nebo podíly,
- výši základního kapitálu – není stanovena, je dána výši vkladu každého společníka.

Při založení společnosti musí společenská listina obsahovat další náležitosti, které se však po vzniku společnosti a splacení vkladů mohou z dokumentu vypustit:

- vkladová povinnost zakladatelů, včetně lhůty pro její splnění,
- určení jednatelů společnosti případně členů jiných orgánů společnosti,
- určení správce vkladů,
- u nepeněžitého vkladu jeho popis, jeho ocenění, částku, kterou se započítává na emisní kurs, a určení osoby znalce, který provede ocenění nepeněžitého vkladu.

### **Složení základního kapitálu nebo jeho části**

Před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku se splatí celé vkladové ážio, tedy rozdíl mezi znalcem stanovenou cenou nepeněžitého vkladu a výší vkladu společníka, a nejméně 30% z každého peněžitého vkladu.

### **Zajištění živnostenského či jiného oprávnění k výkonu činnosti**

Živnostenské oprávnění resp. výpis z živnostenského rejstříku podnikateli vystaví živnostenský úřad na základě ohlášení živnosti. (Veber a Srpová, 2012)

### **Podání návrhu na zápis do obchodního rejstříku**

Návrh na zapsání společnosti do obchodního rejstříku by měl být podán do 6 měsíců ode dne založení, tedy ode dne, kdy byla sepsána společenská smlouva. Tato lhůta může být společenskou smlouvou změněna. Návrh se podává u příslušného rejstříkového soudu, přičemž tento návrh musí být podepsán všemi jednatelemi společnosti a podpisy úředně ověřeny. K návrhu jsou přikládány přílohy, kterými jsou společenská smlouva (zakladatelská listina), listiny dokládající právní původ a vlastnická práva k provozovněm či využívaným místnostem, potvrzení o splnění vkladové povinnosti, výpisy z rejstříků trestů za jednatele a jejich čestné prohlášení o způsobilosti k právním úkonům a splnění všech náležitostí, které ukládají zákony ČR. Jestliže splníme všechny potřebné náležitosti, rejstříkový soud nám oznámí zapsání tzv. Rozhodnutím o zápisu zasláným poštou. (Česko, 2012) Společnost vzniká zápisem do Obchodního rejstříku.

### **Registrace společnosti u finančního úřadu**

Prvním úkolem každé nově vzniklé společnosti je její registrace u příslušného finančního úřadu.

### 3 SLUŽBY

V historii byly opomíjené a nežádoucí, v současnosti jsou však nepostradatelnou součástí života každého člověka i světové ekonomiky. Ano, řeč je o službách, jejichž význam roste a stal se současným celosvětovým hospodářským trendem.

Jasně definovat službu je velmi obtížné především z důvodu její heterogenity. Asi nejnvýstižnější je tato Kotlerova (2007, s. 710) definice: *Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem.*

#### 3.1 Vlastnosti služeb

Tučková (2013) definuje vlastnosti služeb na základě toho, jakým způsobem se služby odlišují od hmotných statků, následovně:

- **nehmotnost** – nemožnost si službu předem prohlédnout, vyzkoušet,
- **neoddělitelnost** – u většiny služeb je zákazník neoddělitelnou součástí poskytování služby, produkce a spotřeba služby probíhá současně,
- **heterogenita** – tato vlastnost souvisí se standardem kvality služby, je velmi obtížné, dokonce nemožné poskytnout služby vždy ve stejné kvalitě a se stejným výsledkem,
- **pomíjivost** – služby se nedají skladovat, převážet, ani odložit, tzn. nevyužité a neprodané služby zanikají,
- **nemožnost vlastnictví** – při poskytování služby nezískává zákazník směnou za peníze žádné vlastnictví, kupuje si pouze právo na poskytnutí služby,
- **obtížná vyjádřitelnost hodnoty** – služba, stejně jako hmotné zboží, slouží k uspokojení potřeb zákazníka, není však hodnocena dle vlastností produktu, ale je subjektivním hodnocením spotřebitele beroucího v úvahu všechny aspekty spojené s poskytnutím služby.

#### 3.2 Klasifikace služeb

Sektor služeb je značně rozsáhlý a poskytované služby velmi heterogenní. Proto, abychom mohli služby analyzovat a pracovat s nimi, je přínosné je třídit dle jejich charakteristických vlastností do různých kategorií. Nejvíce využívaným a také mezinárodně uznávaným členěním služeb je tzv. odvětvové.



### Odvětvové třídění služeb

Dle odvětvového třídění jsou služby rozděleny do daných kategorií podle výsledků na daném výsledku společenské dělby práce.

NACE je statistickou klasifikací ekonomických činností, kterou používá Evropská unie. Tato klasifikace vytváří rámec pro statistická data o činnostech v mnoha ekonomických oblastech. NACE je standardní klasifikací ekonomických činností Evropské unie. NACE tedy dělí ekonomické činnosti (oblast ekonomických činností) tak, že každé statistické jednotce, která vykonává nějakou ekonomickou činnost, lze přiřadit kód NACE. (ČSÚ, ©2011)

Hlavní výhodou, kterou přináší využívání této klasifikace, bezesporu patří možnost srovnání jakýchkoli statistik na mezinárodní úrovni.

Mezi další možnosti třídění služeb Tučková (2013) řadí především:

- Členění dle způsobu realizace
  - tržní,
  - netržní.
- Členění dle příjemce
  - služby pro spotřebitele,
  - služby pro organizace.
- Členění dle míry zhmotnění služby
  - služby, které jsou zásadně nehmotné,
  - služby poskytující přidanou hodnotu k hmotnému produktu,
  - služby zpřístupňující hmotný produkt.
- Členění dle funkce, kterou služby plní
  - výrobní,
  - distribuční,
  - osobní,
  - společenské.

### 3.3 Služby v pohostinství

Pohostinnost je dle Salače (1996) jedna ze základních vlastností člověka. Úroveň pohostinnosti odpovídá úrovni společnosti a jejímu rozvoji. Jak se vyvíjel člověk a celá společnost, tak se měnil přístup k pohostinnosti. Původně znamenala pohostinnost bezplatné poskytnutí noclehu, jídla a pití, později se tato činnost stala podnikáním s cílem dosažení výtěžku.

V průběhu let se pohostinství a služby na něj navázané staly významnou součástí hospodářství států a odvedené daně z tohoto odvětví nezanedbatelnou položkou státního rozpočtu.

*Pohostinství v rámci historického vývoje můžeme chápat jako veškerou činnost spojenou s poskytováním ubytování a občerstvení.* (Salač, 1996, s. 21)

### 3.3.1 Historie pohostinství

Stejně jako veškeré činnosti procházeli svým historickým vývojem a zdokonalením, tak i pohostinství má svou historii, kterou podrobně popsal Salač (1996).

Nejstarší dochované záznamy ze starověku pocházejí z Palestiny a Mezopotámie. Dozvíme se z nich, že v těchto dobách bylo pohostinství poskytováno bezplatně, jako akt dobré vůle. S rozvojem cestování dochází i k rozvoji pohostinských služeb. Na hlavních trasách tedy vznikají nejdříve noclehárny a výčepy vína, poté zájezdní hostince a zábavní střediska v přístavech. Největšího rozkvětu dosáhly služby ve starověkém Řecku a římské říši, kde bylo zvykem pořádání sportovních a kulturních her a slavností, jejichž neodmyslitelnou součástí bylo hodování a hostiny. Později začal vznikat nový typ pohostinských domů, kde byla mimo běžných služeb (stravování, nocleh) poskytována i možnost zábavy. Hostinská činnost byla povolena každému, ale již tehdy vznikala různá omezení a opatření (například stanovení zavírací doby, zákaz čepování vína v určitých dnech, používání odměrek, placení daní). Pohostinské podniky již dostávaly svá jména a vývěsní štíty.

V období středověku došlo k razantnímu zpomalení vývoje pohostinských služeb. V této době velmi mocná církev označovala hostince jako místo nečisté a hříšné. Existence krčem a hostinců byla sice tolerována, ale rozšířením tohoto názoru velmi utrpěla zejména úroveň služeb na venkově. Pohostinství řešila celá řada pravidel a předpisů. Bylo stanovováno přesné placení daní, předepsáno bylo dodržování pořádku a zavírací doba, byla ošetřena ochrana zákazníků ve smyslu kvality nabízených jídel a dodržování měr, vah a cen.

Mohutný rozvoj průmyslu přinesl období novověku. Omezující pouta nevolnictví padla, rozšířilo se cestování, prostý lid se stěhoval za prací do rostoucích měst. Potřeba společenského styku a zábavy, dostatek peněz a touha po poznání daly podnět ke vzniku restauračních zařízení zcela nového typu – kavárny, cukrárny, bary, herny, výletní restaurace. Rozvíjí se také pohostinství v dopravních prostředcích, zpočátku především ve vlacích a na lodích, později také v letadlech.

### 3.3.2 Historie pohostinství v ČR

Tradice českého pohostinství začala formálně v roce 1918 rozdělením Rakouska - Uherska. Období po první světové válce znamenalo rychlý rozvoj soukromého podnikání. Praha se stala významným středoevropským městem, naše národní kuchyně a dobré pivo slavily mezinárodní úspěchy. Významné místo v českém pohostinství zaujalo hned po získání samostatnosti lázeňství. Druhá světová válka a následné zásadní politické i hospodářské změny znamenaly pro naše pohostinství dlouhodobou krizi. S výjimkou let 1945 až 1948 patřilo pohostinství mezi uměle a plánovitě tlumené obory. Likvidace soukromého podnikání a řízení státem vedly v prvních letech socialismu k velkému omezení počtu provozoven. Relativním kladem socialistického zřízení byly poměrně nízké ceny. Ty však měly za následek neúměrné zvýšení poptávky po všech druzích našich služeb, a to mělo spolu s nízkými platy zaměstnanců rozhodující vliv na následnou, dlouhodobou a těžko řešitelnou krizi v celém oboru. (Salač, 1996)

### 3.3.3 Zařazení pohostinských služeb dle CZ-NACE

NACE je standardní klasifikace ekonomických činností využívána členy Evropské unie. Tato klasifikace jednotlivé ekonomické činnosti sdružuje podle povahy a náplně do sekcí, které dále člení do oddílů, skupin a tříd.

Dle této klasifikace tedy oblast a služby pohostinství spadají do sekce I – Ubytování, stravování a pohostinství a oddílu 56 – Stravování a pohostinství, konkrétně skupina 56.3 – Pohostinství. (ČSÚ, ©2011). Struktura klasifikace sekce I je znázorněna v tabulce níže (Tab. 1).

*Tab. 1. Klasifikace CZ-NACE, Oddíl 56 – Stravování, pohostinství (Vlastní zpracování dle ČSÚ)*

<b>SEKCE I - UBYTOVÁNÍ, STRAVOVÁNÍ A POHOSTINSTVÍ</b>	
<b>56</b>	<b>Stravování a pohostinství</b>
<b>56.1</b>	<b>Stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních</b>
56.10	Stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních
<b>56.2</b>	<b>Poskytování cateringových a ostatních stravovacích služeb</b>
56.21	Poskytování cateringových služeb
56.29	Poskytování ostatních stravovacích služeb
56.29.1	Stravování v závodních kuchyních
56.29.2	Stravování ve školních zařízeních, menzách
56.29.9	Poskytování jiných stravovacích služeb
<b>56.3</b>	<b>Pohostinství</b>
56.30	Pohostinství

### 3.3.4 Kategorizace pohostinských zařízení

Pohostinská zařízení je možno rozčlenit do daných kategorií, do nichž jsou přiřazovány dle charakteru poskytovaných služeb. V následující části práce je uvedeno základní rozdělení hostinských zařízení dle statistické metodiky EU (Cestovní ruch, ©2009).

**Restaurace** - v této kategorii převažuje především prodej a příprava a prodej pokrmů, prodej nápojů a možnost využití různých forem společenské zábavy. Jedná se zejména o druhy provozoven jako:

- restaurace, samoobslužné restaurace (jidelny),
- rychlé občerstvení, kiosky,
- železniční jídelní vozy.

**Bary** - tato kategorie hostinských provozoven se vyznačuje především nabídkou a prodejem nápojů, možností využití různých forem společenské zábavy, popř. nabídkou doplňkového sortimentu. Jedná se zejména o tyto druhy provozoven:

- bary,
- noční kluby,
- pivnice, vinárny a kavárny.

**Kantýny a cateringové služby** - tato kategorie hostinských služeb je první ze zmíněných kategorií, která není tzv. restauračního typu, protože je spojena především s prodejem pokrmů a nápojů za upravené, zpravidla nižší ceny než běžné. Takovéto služby poskytují například:

- závodní a školní jídelny,
- menzy,
- centrální výroby občerstvení dodávající na objednávku jiným společnostem.

U všech jmenovaných zařízení lze zřizovat sezónní a příležitostná odbytová střediska, která jsou součástí provozovny a všechna zařízení, vyjma provozoven poskytujících rychlé občerstvení, by měly mít zřízeny oddělené toalety pro hosty. (Cestovní ruch, ©2009)

### 3.3.5 Vstup do podnikání v oboru pohostinství

V zákoně o živnostenském podnikání (Česko, 1991b), konkrétně tedy v jeho příloze č. 1 části C můžeme zjistit, že hostinská činnost se řadí do živností ohlašovacích řemeslných a její obsahovou náplň určuje nařízení vlády (Česko, 2008, s. 4296) takto: *Činnosti spočívající v přípravě a prodeji pokrmů a nápojů k bezprostřední spotřebě v provozovně, v níž jsou*

*prodávány. V rámci živnosti je možno poskytovat ubytování ve všech ubytovacích zařízeních (například hotel, motel, kemp, ubytovna) a v bytových domech, rodinných domech nebo ve stavbách pro rodinnou rekreaci. Pokud zůstane zachována povaha živnosti, lze provádět prodej pomocí automatů (nápojové, občerstvovací), doplňkový prodej (například tabákové výrobky, upomínkové předměty, základní hygienické potřeby), prodej pokrmů a nápojů přes ulici, půjčování novin a časopisů, půjčování stolních společenských her (například karty, šachy), provozování her (například kulečnick, bowling).*

Z důvodu, že pohostinská činnost je řazena do živností ohlašovacích řemeslných, musí podnikatel splnit nejen všeobecné požadavky pro provozování živností (viz kapitola 1.3.1), ale také odbornou způsobilost, která může být doložena následujícím způsobem:

- řádným ukončením středního vzdělání s výučním listem či maturitní zkouškou v daném oboru
- řádným ukončením vyššího odborného či vysokoškolského vzdělání v daném oboru
- uznáním odborné kvalifikace učiněným uznávacím orgánem zvoleným zákonem

V případě, že podnikatel nespĺňuje odbornou kvalifikaci, zákon (Česko, 1991) umožňuje provozování živnosti prostřednictvím jím zvoleného odpovědného zástupce, který odpovídá za řádný provoz živnosti.

## 4 SHRUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Obsahová náplň teoretické části diplomové práce, byla sestavena s ohledem na její plánovaný účel, tedy jako teoretický podklad, pro vypracování části praktické a samotného projektu. Snahou bylo zpracování uceleného informačního přehledu za využití všech dostupných zdrojů, ať už se jedná o bibliografie, zákony či internetové zdroje.

Teoretická část je rozdělena do třech hlavních kapitol.

První z kapitol je věnována vymezení hlavních pojmů z oblasti podnikání. Pro usnadnění orientace v dané problematice jsou v úvodní kapitole uvedeny zákony, které se tohoto tématu dotýkají a tvoří jeho právní rámec. V dalších kapitolách můžeme najít definice pojmu podnikání, podnikatel a podnik od různých autorů. Z tohoto faktu plyne, že uvedené definice nejsou vždy zcela shodné, a proto jsou vymezeny alespoň společné rysy či podrobný popis těchto pojmů. Za nepostradatelnou je považována kapitola, v níž jsou vymezeny možnosti právní formy, dle kterých české zákony umožňují podnikat.

Druhá kapitola je orientována na popsání teoretické roviny zakládání podniku pomocí vymezení jednotlivých postupně seřazených kroků (kapitol), tak aby byl reálně zachycen proces, kterým podnikatel při zakládání společnosti prochází. Je možno nalézt spoustu různých důvodů, které vedou k rozhodnutí stát se podnikatelem. Ať už člověk vede k takovému rozhodnutí cokoli, měl by zvážit své možnosti a předpoklady, kterými jsou hlavně podnikavost a úspěch. Dalším krokem je specifikace předmětu podnikání a volba právní formy, kterou je vhodné zvolit za pomoci daných kritérií. Následuje nutnost vypracování analýzy prostředí, která začíná sběrem primárních a sekundárních dat, jejich vyhodnocením, získáním všech dostupných informací a provedením analýz sloužících k identifikování vlivů působících na podnik jak z vnějšího, tak vnitřního prostředí. K tomuto účelu jsou pro potřeby této diplomové práce vybrány konkrétně PEST analýza, Porterova analýza pěti sil, kritériální analýza a SWOT analýza a jsou zde obsaženy návody na jejich použití. V posledních kapitolách této části jsou popsány jednotlivé náležitosti podnikatelského záměru a nutné kroky vedoucí k založení a vzniku společnosti.

Ve třetí kapitole je pozornost zaměřena na popsání problematiky týkající se služeb obecně, ale i konkrétně služeb v pohostinství, jejichž definice, zákonná úprava, oborová náplň, zařazení v klasifikaci CZ-NACE a podmínky vstupu do podnikání mají pro následující části této diplomové práce stěžejní význam.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ

V následující části diplomové práce se zaměřím na celkovou analýzu podnikatelského prostředí, která je pro účely této práce složena z analýzy externího prostředí, interního prostředí a dotazníkového šetření, které bylo vytvořeno s úmyslem získání informací o současné nabídce stávajících zařízení, poptávce po jejich službách a našich potenciálních zákaznících.

V této kapitole jsou také vypracovány analýzy definované v teoretické části, které umožní a ulehčí závěrečné zhodnocení situace na trhu i v podniku, a tím i zhodnocení možné realizace a úspěšnosti podnikatelského záměru.

### 5.1 Externí analýza

Externí analýza, která se týká všech aspektů působících a ovlivňujících podnik zvenčí, v tomto případě obsahuje analýzu trhu, odvětví, konkurence a také v praxi nejčastěji využívané analýzy k získání informací o vnějším okolí podniku Porterovu analýzu pěti sil a PEST analýzu.

#### 5.1.1 Analýza trhu ČR a místního trhu

V analýze trhu ČR a místního trhu se budu zabývat především analyzováním obyvatelstva a jeho kupní silou a trendy v oblasti podnikání.

##### Obyvatelstvo

Pro založení podniku, je potřeba u některých typů služeb zjistit i údaje o obyvatelstvu. Podnikatel se bude snažit získat informace, které jsou pro jeho podnikání relevantní a využitelné. Tyto údaje se mohou lišit a získávají se s ohledem na obor podnikání, dle typu poskytovaných služeb či dle rozsahu podnikání a velikosti trhu.

Ne jinak je tomu i v případě služeb v oblasti pohostinství. Právě u tohoto typu služeb je důležité zjistit například věkové složení obyvatelstva, především s přihlédnutím na požadavky zákona, kdy věková hranice pro podávání alkoholických nápojů je 18 let, ekonomickou aktivitu obyvatel, průměrnou hrubou měsíční mzdu, minimální mzdu a nezaměstnanost. Všechny tyto aspekty mohou větší či menší měrou ovlivňovat návštěvnost zařízení poskytující služby v pohostinství a tím i působit na úspěšnost podnikání.



***Věkové složení obyvatelstva***

Věkové složení obyvatelstva je důležitým ukazatelem pro zařízení, která se orientují na podávání alkoholických nápojů. Můžeme říci, že při tomto oboru podnikání jsou cílovou skupinou osoby starší 18 let. Následující tabulka (Tab. 2) ukazuje věkové složení obyvatelstva Jihomoravského kraje (dále jen JMK). Jednotlivé věkové kategorie jsou rozděleny především podle požadavků zákona a také oboru, v němž chceme podnikat.

*Tab. 2. Věkové složení obyvatelstva Jihomoravského kraje (Vlastní zpracování dle ČSÚ)*

<b>Věk</b>	<b>Počet obyvatel</b>
0 - 17	202 370
18 - 65	775 179
66 - 100+	192 529
Celkem	1 170 078

Z uvedeného plyne, že 66 % veškerého obyvatelstva JMK spadá do kategorie od 18 do 65 let. Tedy v našem případě se jedná o cílovou skupinu obyvatel a je možno říci, že její velikost a převaha nad ostatními kategoriemi může být v tomto oboru podnikání přínosná.

***Zaměstnanost, nezaměstnanost***

I zaměstnanost a nezaměstnanost obyvatelstva v daném kraji či okrese, může být faktorem, který ovlivní návštěvnost podniku poskytující služby v oblasti pohostinství.

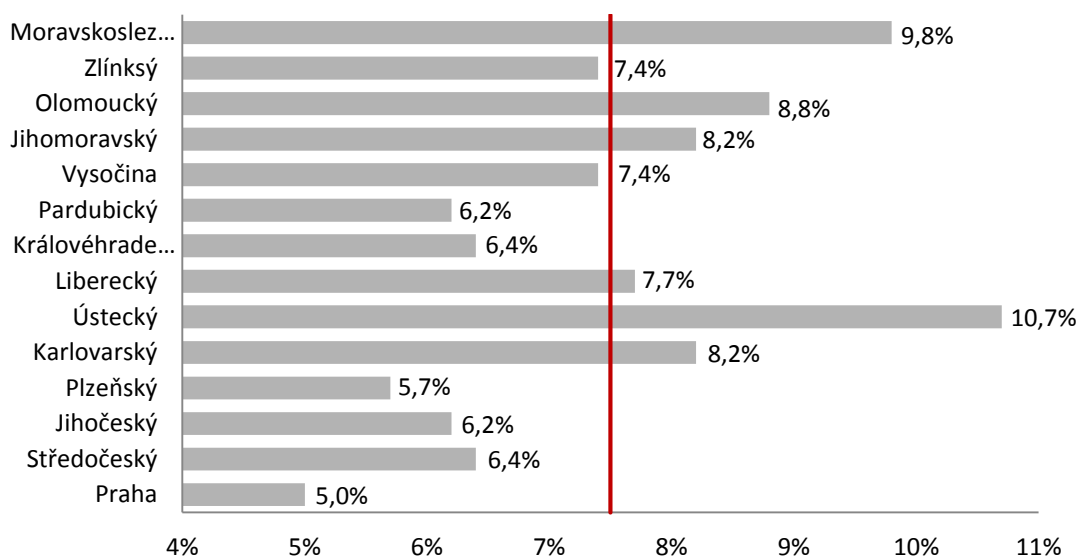
Tento faktor nejvíce souvisí s finanční situací osob, a tím ovlivňuje jejich kupní sílu, potřeby a v neposlední řadě celkové uvažování o spotřebě jejich důchodu.

Proto, abych byla schopna posoudit, jak si stojí, co se týče nezaměstnanosti, Jihomoravský kraj, popř. konkrétně okres Hodonín, v rámci celé ČR a také abych získala představu o počtu nezaměstnaných a jejich vývoji, mohu využít následující obrázek (Obr. 5), který ilustruje procentuální podíl nezaměstnaných na obyvatelstvu dle územního členění a jejich situaci v porovnání s celorepublikovým průměrem a tabulku (Tab. 3), která znázorňuje vývoj podílu nezaměstnaných na obyvatelstvu mezi lety 2007 až 2014.

Ministerstvo práce a sociálních věcí (©2015, dále jen MPSV) upozorňuje na změnu ve výpočtu a zavedení nového ukazatele registrované nezaměstnanosti. Počínaje lednem 2013 je využíván ukazatel s názvem Podíl nezaměstnaných osob, který vyjadřuje podíl dosažitelných

uchazečů o zaměstnání ve věku 15 – 64 let ze všech obyvatel ve stejném věku. Tento ukazatel nahrazuje doposud zveřejňovanou míru registrované nezaměstnanosti, a proto jej využíváme i v diplomové práci.

Na obrázku (Obr. 5) vidíme % podíl nezaměstnaných osob na obyvatelstvu dle územního členění, který byl vykázán do konce roku 2014.



Obr. 5. Podíl nezaměstnaných osob k 31. 12. 2014 v % (Vlastní zpracování dle ČSÚ)

Průměrná nezaměstnanost v ČR, která je v grafu znázorněna červenou čarou, dosahuje úrovně 7,5 %. Minimální nezaměstnanost za rok 2014 činí pouze 5 %. Těto hodnoty dosáhlo hlavní město, kde se dlouhodobě drží výše nezaměstnanosti na nejnižší úrovni. Naopak maximální hodnoty jsou naměřeny v Ústeckém kraji, a to 10,7 %. V Jihomoravském kraji byla nezaměstnanost v uplynulém roce 8,2 %, tedy vyšší o 0,7 procentního bodu proti republikovému průměru. Jedná se o 4. nejhorší výsledek, o který se dělí Jihomoravský kraj s Karlovarským.

Následující tabulka (Tab. 3) znázorňuje vývoj podílu nezaměstnaných osob jak v celé republice, tak v Jihomoravském kraji i okrese Hodonín.

Tab. 3. Podíl nezaměstnaných osob – roční průměry v % (Vlastní zpracování dle MPSV)

Území	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ČR	5,0	4,1	6,1	7,0	6,7	6,8	7,7	7,7
Jihomoravský kraj	5,6	4,7	6,7	7,8	7,5	7,5	8,2	8,4
Hodonín	7,9	6,9	9,3	10,8	10,3	10,2	10,7	10,5

Zde můžeme vyzorovat, že v posledních 2 letech jsou hodnoty nejvyšší za celou dobu sledování. Jihomoravský kraj i okres Hodonín vždy převyšují celorepublikový průměr. V okrese Hodonín je nezaměstnanost dlouhodobě nad celorepublikovým průměrem a posledních 5 let přesahuje hodnotu 10 %. Prognóza MPSV na rok 2015 předpokládá snížení podílu nezaměstnaných osob o 0,3 – 0,7 procentního bodu.

### ***Minimální a průměrná hrubá měsíční mzda***

Dle zákonů ČR (Česko, 2014) je základní sazba minimální mzdy pro stanovenou týdenní pracovní dobu 40 hodin 9 200 Kč za měsíc nebo 55 Kč za hodinu. Sazba minimální mzdy pro stanovenou týdenní pracovní dobu 40 hodin u zaměstnance, který je poživatelé invalidního důchodu, činí 8 000 Kč za měsíc nebo 48,10 Kč za hodinu. Průměrná měsíční mzda je vypočtena pro celou republiku na 25 179 Kč (dle 3. čtvrtletí 2014).

Dle územního členění zmíníme pro představu 3 kraje, kde průměrná mzda dosahuje nejvyšších hodnot. Jedná se o Hl. město Prahu (32 627 Kč), Středočeský kraj (24 959 Kč) a kraj Jihomoravský (24 510 Kč).

Z předešlého vyplývá, že nezaměstnanost v Jihomoravském kraji se sice pohybuje na vysoké úrovni, ale průměrná mzda tohoto kraje patří ke třem nejlepším.

### **Trendy a vývoj podnikání**

K analýze trendu a vývoje podnikání v ČR poslouží následující tabulka (Tab. 4), která uvádí počet registrovaných podnikatelských subjektů dle právní formy mezi léty 2009 – 2014.

*Tab. 4. Počty ekonomických jednotek dle právní formy v ČR v letech 2009 – 2014 (Vlastní zpracování dle ČSÚ)*

<b>Právní forma</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Fyzické osoby	1 868 756	1 908 925	1 950 323	1 957 218	1 973 032	1 975 000
Právnícké osoby	304 859	324 549	342 918	361 472	379 084	400 827
<b>Celkem</b>	<b>2 173 659</b>	<b>2 233 474</b>	<b>2 293 241</b>	<b>2 318 690</b>	<b>2 345 000</b>	<b>2 376 000</b>

Počet podnikatelských subjektů má dlouhodobě rostoucí trend, avšak v posledních letech dochází k jeho zpomalení. Můžeme vidět, že v letech 2009 - 2011 bylo dosaženo meziročního nárůstu podnikatelských jednotek, který čítal vždy okolo 60 tis. nových subjektů. V následujících letech, se však růst zásadně zpomalil a činil nejprve jen 25 tis., poté 26 tis. a za rok 2014 vzniklo 31 tis. nových podnikatelských subjektů.

V průběhu roku 2014 došlo k velkým změnám oproti letům minulým. Počet fyzických osob meziročně vždy zásadně vzrůstal, v roce 2014 však vzrostl jen o 1 968. Oproti tomu právnické osoby zaznamenaly nejvyšší meziroční nárůst a poprvé v historii počet těchto osob překročil hranici 400 tis.

Za příčiny těchto změn dle portálu Deník (©2015) stojí především nový zákon, který umožnil založení společnosti s ručením omezeným se základním kapitálem jedné koruny a propojování živnostenského rejstříku se základními registry. Svou roli sehrála i aktuální ekonomická situace, kdy se ekonomika nachází v recesi nebo i tažení MPSV proti tzv. švarcsystému.

Situace trendu a vývoje podnikání konkrétně v Jihomoravském kraji je znázorněna v následující tabulce (Tab. 5).

*Tab. 5. Počty ekonomických jednotek dle právní formy v Jihomoravském kraji v letech 2011 – 2013 (Vlastní zpracování dle ČSÚ)*

Právní forma	2011	2012	2013
Fyzické osoby	216 592	217 394	220 142
Právnické osoby	74 570	76 914	75 381
Celkem	291 162	294 308	295 523

Z uvedeného můžeme vypožorovat, že Jihomoravský kraj kopíruje vývoj podniků za celou ČR, tzn. je zde zaznamenán rostoucí, avšak zpomalující se trend. Zatímco v průběhu roku 2012 počet subjektů vzrostl o 3 146, v roce 2013 tento nárůst představoval pouze 1 215 subjektů. Můžeme také vyčíst podstatnou převahu fyzických osob nad právnickými, která každý rok pokrývá kolem 74 % z celkového počtu registrovaných jednotek.

Vývoj právnických osob je jedinou odlišností, která vyplývá ze vzájemného porovnání Jihomoravského kraje s vývojem v celé ČR. Na rozdíl od statistik za celou ČR, kde je vývoj právnických osob neustále rostoucí, v Jihomoravském kraji došlo v průběhu roku 2013 k poklesu o 1 533, tedy o 1,5 %. Tato změna však není nijak razantní, proto její odůvodnění může být pouze přirozená fluktuace podnikajících právnických osob.

### 5.1.2 Analýza odvětví v ČR

Při analýze odvětví se zaměřím především na vývojové trendy v počtu podniků poskytujících služby v pohostinství, na tendence a rozvoj v oblasti poskytování těchto služeb a také bude

provedena analýza základních ekonomických ukazatelů, které naznačí efektivnost podnikání v tomto odvětví.

Tabulka (Tab. 6) značí, jakou měrou se služby obsaženy v oddílu 56 - Stravování a pohostinství a v skupině 56.3 - Pohostinství podílí na celkovém počtu ekonomických subjektů.

*Tab. 6. Počet ekonomických subjektů sekce I dle CZ-NACE v letech 2011 – 2014  
(Vlastní zpracování dle ČSÚ)*

Rok	2011	2012	2013	2. Q 2014
Počet ekonomických subjektů celkem	2 293 241	2 318 690	2 345 000	2 376 000
Z toho sekce I -Ubytování, stravování a pohostinství	135 242	137 070	134 100	136 328
Z toho oddíl 56 - Stravování a pohostinství	119 530	121 672	121 084	121 872
Z toho skupina 56.3 - Pohostinství	646	780	823	832

Jak vyplývá z tabulky, ekonomické subjekty obsaženy v sekci I i v oddílu 56 mají stejný kolísavý trend. Nejedná se však o nijak zásadní změny. Tyto změny jsou vyvolány pravděpodobně běžnou aktivitou podnikatelů, kdy jedni ukončují činnost a další podnikat začínají. Za jedinou velkou změnu může být považován razantní úbytek subjektů v sekci I v průběhu roku 2013, když počet jednotek klesl o 3 559.

I přes zmiňovaný pokles v průběhu roku 2013 si služby v oblasti stravování a pohostinství drží dlouhodobě relativně stálý podíl, který nepatrně kolísá kolem 6 % vzhledem k celkovému počtu ekonomických subjektů. Zároveň vidíme, že oddíl 56 tvoří zásadní položku v sekci I, z toho plyne, že podniky svou činnost orientují spíše na služby v oblasti pohostinství a stravování, než na poskytování ubytování. Počet subjektů poskytujících služby v pohostinství se také nijak závažně nemění a má rostoucí trend.

Následující tabulka (Tab. 7) umožňuje provedení analýzy základních finančních ukazatelů, dle kterých bude následně vyhodnocena např. efektivnost a výnosnost podnikání v oblasti pohostinských služeb či získána představa o počtech zaměstnanců a o výši jejich mezd.

Tab. 7. Základní ekonomické údaje oddílu 56 - Stravování a pohostinství (Vlastní zpracování dle ČSÚ)

Ukazatel		Jednotka	Rok				
			2008	2009	2010	2011	2012
Počet aktivních podniků			48 294	50 918	51 405	51 329	51 537
Počet zaměstnaných osob celkem ve fyzických osobách		osoby	130 852	139 509	134 688	134 221	134 467
z toho	průměrný evidenční počet zaměstnanců ve fyzických osobách	osoby	90 857	96 375	90 457	89 099	88 238
Průměrná hrubá měsíční mzda na 1 fyzickou osobu		Kč	10 294	9 848	10 347	10 658	10 849
Výnosy celkem		mil. Kč	101 813	100 087	94 829	95 882	92 632
z toho	tržby celkem	mil. Kč	97 472	96 959	91 047	91 963	88 728
	výkony vč. obchodní marže	mil. Kč	84 588	84 739	80 613	80 747	78 565
Náklady celkem		mil. Kč	99 144	97 911	92 563	93 113	90 482
z toho	výkonová spotřeba	mil. Kč	57 707	58 294	54 361	54 149	52 397
	osobní náklady	mil. Kč	15 319	15 116	15 065	15 114	15 745
	z toho mzdy bez OON	mil. Kč	11 224	11 389	11 231	11 396	11 487
Přidaná hodnota		mil. Kč	26 882	26 445	26 252	26 598	26 168
Výsledek hospodaření po zdanění		mil. Kč	2 668	2 176	2 266	2 769	2 150

V prvním řádku tabulky je uveden počet aktivních podniků. Slovo aktivních zde hraje velmi důležitou roli, protože ne všechny registrované ekonomické subjekty svou činnost skutečně provozují. Také z tohoto důvodu se neshodují údaje o celkovém počtu podniků z tabulek č. 7 a č. 6 oddílu 56 – Stravování a pohostinství, přesto, že by měly být zcela shodné. Jednoduchým porovnáním bylo zjištěno, že aktivních podniků je méně než polovina.

Počet zaměstnaných osob je nepatrně kolísavý, tak jako změny v počtu podniků. Mohu říci, že průměrně připadají na jeden podnik 3 zaměstnanci. Tento poměr se drží v konstantní výši, tzn. růst či pokles počtu podniků o jednotku vyvolá zhruba trojnásobný růst či pokles počtu zaměstnanců. Výjimkou je pouze rok 2010, kdy i přesto že byl zaznamenán nárůst podniků o 485, počet zaměstnanců v těchto podnicích klesl o 4 821. Toto bylo pravděpodobně způsobeno snahou snižování nákladů a zaváděním restriktivních opatření.

Průměrná hrubá mzda se pohybuje kolem 10 000 Kč za měsíc. Tato ani z daleka nedosahuje celorepublikové průměrné měsíční mzdy, která činí 25 179 Kč. Musí být však vzato v potaz, že zaměstnanci pohostinských podniků jako například kuchaři a servírky jsou většinou lidé

s ukončeným středním odborným vzděláním s výučním listem, dle toho se i odvíjí výše jejich mzdy.

Tržby v podnicích poskytující služby v oblasti stravování a pohostinství budou převážně tvořeny tržbami z prodeje zboží, vlastních výrobků a tržbou za prodej služeb. Tak je usuzováno i z řádku Výkony vč. obchodní marže, který tvoří vždy velmi podstatnou část tržeb. Portál účetní kavárna (©2015) upozorňuje na fakt, který je třeba si uvědomit, a to že výroba jídel v rámci pohostinských služeb má svou specifikou - ač je hostinská činnost spojená s výrobou (přípravou) jídel, zákazníkům není nabízeno jídlo coby hotový výrobek či zboží, ale je mu poskytnuta stravovací služba. Ta je charakteristická tím, že s dodávkou jídel či nápojů je spojeno poskytování doplňkových služeb, jako např. poskytnutí prostoru ke konzumaci v místě prodeje, nábytku, nádobí, služeb obsluhujícího personálu a podobně.

Jak můžeme vidět, trend vývoje tržeb má většinou klesající charakter, pouze v roce 2011 došlo k nepatrnému nárůstu, který však v roce 2012 následoval propad tržeb o 3,5 %, a tím se tržby dostaly na minimální hodnotu sledovaného období.

I přesto, že celkové výnosy a náklady razantně poklesly v letech 2010 a 2012, je dosahováno v každém roce sledovaného období kladného výsledku hospodaření a společně se daří dosahovat zisku.

### **5.1.3 PEST analýza**

PEST analýza je nástroj, který slouží k analyzování vnějších makroekonomických faktorů, kterým podnik čelí, popř. bude čelit v blízké budoucnosti. Tyto faktory jsou podnikem zcela neovlivnitelné.

#### **Politicko-právní faktory**

Mezi politicko-právní faktory můžeme zařadit všechny zákony, nařízení vlády, vyhlášky a jiné předpisy. Těmito nástroji stát a orgány Evropské unie ovlivňují fungování ekonomiky, a proto je nezbytné, aby se jimi podnikatelé při výkonu své činnosti řídili a dodržovali je.

Protože existuje velké množství právních předpisů, jejichž úplný výčet zde není možný, zmíním tedy jen vybrané, které se podnikání v oblasti pohostinství konkrétně týkají.

Obchodní zákoník, Zákon o obchodních korporacích a Živnostenský zákon jsou zákony, které upravují podnikání všeobecně. Jejich obsahová náplň je více popsána v kapitole 1.1 Právní úprava podnikání.

Zákon o účetnictví je dalším ze zákonů, který platí pro všechny podnikatele. Určuje pravidla pro zaznamenávání údajů, tak aby podnikání bylo průhledné a prokazatelné.

V případě, že podnikatel má nějaké zaměstnance, musí dodržovat pracovně právní předpisy, kterými jsou Zákoník práce a Zákon o zaměstnanosti. Se zaměstnanci také souvisí povinné odvody za sociální a zdravotní pojištění.

K podnikání také neodmyslitelně patří daně a povinnost jejich placení. Z tohoto důvodu je pro podnikatele nutná znalost a povinnost dodržování daňových zákonů, mezi něž patří např. Zákon o daních z příjmů, Zákon o dani z přidané hodnoty, Zákon o dani silniční, Zákon o spotřebních daních aj.

Dalšími předpisy a zákony, které by měl podnikatel znát a dodržovat jsou např. hygienické předpisy, autorský zákon, zákony o odpadech a také předpisy týkající se bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

Za důležitý mohou podnikatelé poskytující služby v pohostinství považovat také Zákon o ochraně veřejného zdraví. Tento zákon se pravděpodobně dočká novely, která zakáže kouření ve všech restauračních zařízeních. Tento zákaz je v současné době velmi diskutovanou částí tohoto zákona jak v politických kruzích, tak u široké veřejnosti a setkává se s velkým odporem z řad kuřáků i podnikatelů, kteří se děsí poklesu návštěvníků, tržeb, popř. vyvoláním dodatečných nákladů na vybudování prostor určených pro kuřáky mimo provozovnu. Dopady přijetí tohoto zákona náš podnik nijak nepocítí, již od otevření počítáme s vybudováním provozovny v nekuřáckém prostředí.

### **Ekonomické faktory**

Analýza ekonomických faktorů se zaměřuje na stav ekonomiky a na makroekonomické trendy v zemi popř. ve světě. Identifikace těchto faktorů a jejich analýza je užitečná především pro získání odhadu ceny výrobních faktorů a kapitálu na trhu. Řeší se zde také např. otázka daní, hospodářských cyklů, stabilita měny, či jednotlivé makroekonomické ukazatele.

Následující tabulka (Tab. 8) naznačuje vývoj nejdůležitějších makroekonomických ukazatelů.



Tab. 8. Vývoj makroekonomických ukazatelů v letech 2007 – 2015 (Vlastní zpracování dle ČSÚ)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Meziroční vývoj HDP %	6,1	2,5	-4,1	2,2	1,7	-1,2	-0,9	2,3	-
Meziroční míra inflace %	2,8	6,3	1	1,5	1,9	3,3	1,4	0,4	-
DPH v %									
Základní sazba	19	19	19	20	20	20	21	21	21
Snížená sazba	5	9	9	10	10	14	15	15	15
Druhá snížená sazba									10

### **HDP**

Z makroekonomického pohledu se situace hospodářství v ČR v roce 2007 vyvíjela slibně a vykazuje nejlepší výsledky sledovaného období. Poté došlo k výrazným meziročním propadům HDP, a to jak v roce 2008, tak v roce 2009. Tento razantní pokles byl způsoben dopady hospodářské krize. V letech 2010 a 2011 došlo k oživení ekonomiky a k meziročnímu reálnému růstu objemu HDP. V roce 2012 a 2013 došlo opět k útlumu. V loňském roce vykazovalo hospodářství ČR zlepšené výsledky, kdy bylo dosaženo 2,3% meziročního růstu HDP. V dalších letech česká národní banka očekává pozitivní vývoj a růst HDP ve výši 2,6 % v roce 2015 a 3 % v roce 2016.

Tento vývoj je kladně přijímán nejen v rámci celé ekonomiky státu, ale také jednotlivými podnikatelskými subjekty, protože růst HDP má pozitivní vliv na jejich finanční situaci. Podniky mohou očekávat zvýšení poptávky po jejich službách či zboží, která má za následek zvyšování jejich příjmů. S tímto jevem pak bývá také velmi často spojena zvýšená investiční aktivita firem.

### **Inflace**

Inflace může být definována jako růst cenové hladiny, popř. jako pokles kupní síly peněz. Většina ekonomů se přiklání k názoru, že nejvhodnější je nízká stabilní inflace. Dle tabulky usuzují, že v ČR se daří udržet relativně nízkou míru inflace, pouze v letech 2008 a 2012 se meziroční míra inflace vyhoupla na vyšší hodnoty. V roce 2008 tento nárůst byl způsoben tzv. trojitým cenovým šokem, kdy zároveň vzrostly ceny pohonných hmot, ceny potravin i regulované ceny – konkrétně můžeme uvést např. započítání zvýšení DPH z 5 na 9 % obchodníky s předstihem, zavedení poplatků u lékařů, skokový růst regulovaného nájemného, růst cen potravin ve světě aj. Za růst inflace v roce 2012 mohlo zvýšení snížené sazby DPH

z 10 na 14 %. Dle predikce MPSV by meziroční míra inflace v dalších letech měla nepatrně růst. Odhad na rok 2015 se pohybuje v rozmezí od 0,7 % do 1,7 %.

Inflace vytváří nejisté prostředí pro jakoukoli ekonomickou aktivitu. Ačkoli růst inflace, který je předpovídán, není příliš pozitivním jevem, mohu předvídat, že naše uvažování o zahájení podnikání nebude nijak závažně ovlivněno, především proto, že míra inflace by se nadále měla pohybovat v ideálních hodnotách. Tyto hodnoty nevyvolávají v podnikatelích pocity vedoucí ke zvyšování investiční aktivity na úkor znehodnocujících se úspor, ani pocit nestabilní ekonomické situace demotivující od realizace investičních plánů.

### ***DPH***

DPH je zkratkou pro daň z přidané hodnoty. Tato daň je jedním z důležitých příjmů státního rozpočtu. Je součástí téměř veškerých statků a služeb nakupovaných konečnými spotřebiteli i organizacemi. Z tabulky vyplývá, že se sazby daně pravidelně mění. Toto bohužel většinou souvisí spíše se snahou zalíbit se vyvíjenou politickými stranami, nežli s odůvodněnými potřebami státu a ekonomiky.

### ***Spotřební daň***

Spotřební daň je podobně jako DPH nepřímou daní a velmi podstatným zdrojem příjmů státního rozpočtu. Je placena z některých vybraných druhů výrobků, konkrétně z minerálních olejů, tabáku a tabákových výrobků, vína, piva a lihu. Nás, jakožto prodejce alkoholických nápojů, budou nejvíce zajímat poslední 2 zmíněné produkty. Výše sazby je pro každý druh výrobku jiná a výpočet daňové povinnosti se odvíjí od různých základů daně:

- u piva je výše základní sazby stanovena na 32 Kč za hektolitr za každé celé procento extraktu původní mladiny,
- výše sazby za hektolitr čistého etanolu (líh) činí 28 500 Kč.

Výše sazby spotřební daně má přímý vliv na ceny nakupovaného a následně prodáváného zboží. Jelikož je problematika sazeb svěřena do rukou zákonodárců, nemůžeme ji nijak ovlivnit. Na základě posouzení dosavadního vývoje sazby daně za líh a pivo, která byla navýšena naposled počátkem roku 2010, nepředpokládáme v blízké budoucnosti její růst. Prozatím ani neexistuje žádný návrh novely zákon o spotřebních daních.

Další faktor, který by mohl být zařazen do této části PEST analýzy je i nezaměstnanost, jejíž detailnější analýza je provedena v kapitole 4.1.1. Analýza trhu ČR a místního trhu.

### **Sociokulturní faktory**

Obecně platí, že v ČR dochází ke zvyšování životní úrovně obyvatelstva, k růstu průměrných mezd, růstu počtu osob s vysokoškolským vzděláním a ke stárnutí populace. Všechno, co bylo řečeno, platí jak pro celou republiku, tak pro Jihomoravský kraj, který patří ke krajům se starší věkovou strukturou. Konkrétně okres Hodonín nese největší zásluhu na vysokém indexu stáří pro tento kraj. V Hodoníně je tento fakt způsoben především tím, že se jedná o periferní oblast s vysokým počtem starých lidí a zároveň ztrátou mladého obyvatelstva díky migraci. Hodonínsko je také populačně ztrátové. Velmi příznivá je zde však vzdělanostní struktura, kdy celých 17,7 % obyvatelstva tvoří lidé s vysokoškolským vzděláním. Průměrná hrubá měsíční mzda roste v Jihomoravském kraji od roku 1993 a nyní dosahuje 23 947 Kč a meziročně vzrostla o 3,7 %. (ČSÚ, ©2014)

Jihomoravský kraj se může pochlubit malebnou krajinou, vinicemi, jeho tradicemi a folklorem. V posledních letech proto dochází ze stran měst i kraje k velké podpoře rozvoje cestovního ruchu a budování cyklostezek.

Vliv zvyšování cestovního ruchu a zvýšená frekvence pohybu cyklistů může mít pozitivní vliv na naše podnikání. Předpokladem je, že cílem osob využívajících cyklostezek, popř. cestujících na jih Moravy bude především účast na pořádaných kulturních akcích, s nimiž je neodmyslitelně spojeno i využití pohostinských služeb.

V případě kulturních tradic ČR musí být zmíněna i oblíbenost konzumace piva, která k ní neodmyslitelně patří po staletí. Dle statistiky z roku 2014 každý Čech vypije v průměru 143 litrů piva ročně a ČR také pravidelně obsazuje první místa ve statistikách týkajících se množství konzumace tohoto nápoje.

### **Technologické faktory**

Pozorné sledování a orientace v nových trendech v oblasti technologické a technické je důležitým faktorem vedoucí k udržení konkurenceschopnosti a umožňující dosahování lepších hospodářských výsledků v každém ekonomickém subjektu. Ne v každé společnosti však hraje tak důležitou roli jako v jiné. Velmi důležitý význam zde hraje obor podnikání.

Na pohostinství, které můžeme považovat jako činnost v tomto ohledu relativně neměnnou, technický a technologický pokrok výrazný vliv nemá. Jakož to majitele podniku poskytující služby v pohostinství nás budou nejvíce zajímat změny ve vývoji komunikační a informační technologie. Samozřejmostí je pořízení technicky vyspělého vybavení provozovny, a také zavedení procesů, tak aby byl zajištěn co nejefektivnější způsob fungování podniku.

#### 5.1.4 Porterova analýza pěti sil

Porterova analýza pěti sil je další analýzou, pomocí níž jsem schopna identifikovat vlivy podnikového okolí. V následující části diplomové práce jsou uvedeny a rozepsány jednotlivé obsahové prvky této analýzy.

##### **Vstup nové konkurence**

Je velká pravděpodobnost, že v budoucnu může na trh vstoupit nový konkurent. Toto je možné především z důvodu neexistujících bariér vstupu do podnikání v tomto oboru. Jelikož je zde ale množství již existujících podniků věnujících se poskytování služeb v pohostinství, úspěšnost začínajících podnikatelů bude záležet na jejich kreativitě, nápadu, inovacích a myšlení.

Odvětví, ve kterém chceme podnikat, se nevyznačuje vysokou ziskovostí, proto se dá předpokládat, že začínající podnikatelé budou chtít provozovat firmy v atraktivnějších a výnosnějších oborech.

##### **Konkurence**

Protože žijeme ve světě silné konkurence a boj o každého zákazníka je opravdu tvrdý, nemůžeme se orientovat pouze na svoji strategii a svůj podnik, ale musíme neustále hlídat nabídku a kroky konkurujících podniků. K tomuto účelu nám slouží analýza konkurence.

Analýza konkurence bude v tomto případě vypracována za pomoci využití tzv. kritériální analýzy a dle postupu definovaného v kapitole 2.4.2 Analýza externího podnikového prostředí.

Ve městě Hodoníně svou činnost provozuje 42 podniků spadajících do skupiny 56 – Stravování a pohostinství dle členění CZ-NACE. Z těchto podniků byly vyloučeny ty, které se orientují především na přípravu a poskytování služeb v oblasti stravování, tzn. restaurace, pizzerie, rychlá občerstvení a také podniky, které svou činnost provozují zejména o víkendech jako noční cluby, diskotéky, casina. Ze zbylých podniků bylo vybráno 6 hlavních, které jsou našemu podniku nejbližší jak poskytovanými službami, tak nabídkou.

Po důkladném prozkoumání těchto podniků, ke kterému bylo využito všech dostupných metod jako pozorování a osobní návštěvy podniků, dotazování, ať už klientely podniků nebo personálu, prozkoumání veřejně přístupných zdrojů informací jako webových stránek města Hodonín, obchodního rejstříku, webových stránek jednotlivých podniků, facebookových profilů, reklamních plakátů, pozvánek na pořádané akce aj. a zjištění co největšího množství

informací, jsem byla schopna vytvořit přehlednou a stručnou charakteristiku každého z nich, již můžete nalézt v příloze (Příloha P I). Z těchto informací jsem poté vycházela u subjektivního hodnocení a přidělování bodů každému ze zvolených kritérií. Následuje výčet zvolených kritérií a podbodů, jež jsou v každém kritériu obsaženy:

- interiér – celková atmosféra, komfort, použité materiály, výzdoba,
- nabídka nápojů a občerstvení – vzhled jídelního a nápojového lístku, množství, použité suroviny, kvalita surovin, kreativita, servírování,
- nabídka dalších služeb – veškeré ostatní služby nad rámec přípravy nápojů a občerstvení, pořádané slevové akce, pořádané společenské akce, jukebox, informování klientů pomocí webových stránek či facebookového profilu, věrnostní klub, možnost rezervace míst online, poskytování internetového wi-fi signálu zdarma,
- personál – ochota, rychlost, celkový přístup, odborné znalosti, komunikativnost, vystupování,
- ceny – výše cen, zvyšování cen v krátkých intervalech, označení zboží cenami,
- dostupnost – umístění, vstup do podniku, označení provozovny, prostranství před provozovnou, blízkost autobusové či vlakové stanice, možnost parkování

Každé kritérium má při vyhodnocování stejnou váhu.

Hodnotící škála byla určena v rozmezí od 1 do 5 bodů, přičemž 1 bod je nejhorší a 5 bodů nejlepší možné hodnocení.

V následující tabulce (Tab. 9) je vypracována kritériální analýza s celkovým počtem získaných bodů a dosaženým pořadím každého z podniků.

Tab. 9. Kriteriační analýza konkurence (Vlastní zpracování)

	Caffe & Cocktail Bar Fortix	Restaurace U Šviháka	Club & Bar Nautilus	Cafe & Cocktail Bar Colorado	Pivnice Budvarka	Cubano Cafe Bar
Interiér	4	3	2	3	4	4
Nabídka nápojů a občerstvení	5	3	2	4	4	4
Nabídka služeb	4	2	5	3	1	2
Personál	5	3	3	3	4	4
Ceny	3	5	4	3	4	3
Dostupnost	5	3	2	3	4	5
Celkem	26	19	18	19	21	22
<b>Pořadí</b>	<b>1.</b>	<b>4.</b>	<b>5.</b>	<b>4.</b>	<b>3.</b>	<b>2.</b>

Z výsledků provedené analýzy vyplývá, že největší hrozbou našeho podniku jsou Caffé & Cocktail Bar Fortix, Cubano Cafe Bar a na třetí příčce umístěná Pivnice Budvarka.

Z výsledků vypracované analýzy samozřejmě budou vyvozeny důsledky a vítězům budeme věnována zvýšená pozornost. Budeme usilovat o dosažení stabilní pozice na trhu tím, že upravíme ceny, služby i interiér dle požadavků zákazníků tak, aby ve všech ohledech mohl konkurovat ostatním podnikům či byl lepší než oni. Budeme se snažit vyvarovat chyb ostatních.

### Substituty

Za substituty našich služeb můžeme označit všechny podniky poskytující stejný či podobný typ služeb, tzn. všechny bary, restaurace, pizzerie, hospody, vinárny, kavárny a pivnice. Protože v oboru našeho podnikání existuje opravdu velká konkurence, je potřeba neustále analyzovat nabídky, služby a činnost našich konkurentů, abychom mohli pružně reagovat na změny a tím si udržet stabilní pozici na trhu. Samozřejmostí je i nepřetržité inovování a orientace v trendech, které naše podnikání vylepší bez ohledu na konkurenci.

### Dodavatelé

Dodavatelé jsou další velmi důležitou součástí našeho podnikání. Dodavatel může ovlivnit mnohé, proto bychom si na jeho výběru měli dát záležet a zvolit toho nejlepšího. Všeobecně je známo, že není vhodné mít jen jednoho dodavatele především s ohledem na zajištění stálé dodávky a flexibility, která by mohla být ohrožena v případě spolupráce pouze s jedním dodavatelem.

Pro naše podnikání je potřeba vybrat dodavatele nápojů a občerstvení. Na začátku rozhodovacího procesu byla zvolena kritéria, která poté hrála roli při výběru našich dodavatelů a byly jimi konkrétně spolehlivost, sortiment, kvalita, ceny, komunikace, servis, doprovodné služby, flexibilita a dodací podmínky.

Protože bylo rozhodnuto, že v našem podniku budou nabízeny jak pивní speciály ze zahraničí tak i pivo české, musíme tomuto uzpůsobit i výběr dodavatele.

Po důkladném průzkumu trhu a zvážení všech kritérií jsem prozatím vybrala tyto dodavatele pro naše podnikání.

Jedním z hlavních dodavatelů je JASO-distributor spol. s r.o. Jedná se o českou firmu s dlouhou tradicí sídlící ve Střelici u Brna, která se zabývá distribucí a zásobováním alkoholickými i nealkoholickými nápoji a také poskytováním veškerých doprovodných služeb spojených s jejich zbožím. Mezi důvody, které vedly k rozhodnutí právě pro tohoto dodavatele, patří zejména kompletní nabídka alkoholických i nealkoholických nápojů včetně belgických piv, nabídka dalšího zboží především potravin a pochutin, lokalizace centrálního skladu i podnikové prodejny v Jihomoravském kraji, poskytování dopravy zdarma při nákupu nad 2500 Kč, dodací lhůty – schopni dodat následující den od objednání, dodací podmínky, příznivé ceny, akční letáky, bonusový systém, doprovodné služby, kompletní technický servis. Výhodou je zcela jistě také fakt, že se jedná o firmu s letitými zkušenostmi a dobrými doporučeními současných obchodních partnerů.

Dále bylo rozhodnuto o uzavření smlouvy s Plzeňským prazdrojem a. s. jakožto dodavatelem českého piva, s Kofola ČeskoSlovensko a.s. o dodávkách točené kofoly a s PEPSICO CZ s.r.o. o dodávkách nealkoholických nápojů ve skle. Společnosti Kofola ČeskoSlovensko a PEPSICO CZ mají uzavřenou smlouvu s velkoskladem Ryas Hodonín, který by převzal zodpovědnost za dodávky, tudíž je možno zboží dodat do druhého dne po objednání bez dalších nákladů za dopravu.

### **Zákazníci**

Protože v tržní ekonomice má cenu produkovat a poskytovat jen výrobky a služby, které najdou své uplatnění na trhu, je opravdu velmi důležité, aby se podniky o tuto problematiku důkladně zajímaly a orientovaly se na své zákazníky, popř. se snažily získat nové. Mezi nejdůležitější faktory, které ovlivní naše budoucí zákazníky, patří zejména kupní síla obyvatel a věkové složení obyvatelstva. Této problematice jsem se podrobně věnovala v kapitole 4.1.1. Analýza trhu ČR a místního trhu.

Dalšími faktory, které by nás měly na našich stávajících, ale i na potencionálních zákaznících zajímat, jsou jejich přání, představy, názory a spokojenost. Pro tento účel byl vypracován dotazník (Příloha P II), jehož popis a vyhodnocení je obsahem kapitoly 5.2 Dotazníkové šetření.

## 5.2 Dotazníkové šetření

Pro získání informací týkajících se nabídky stávajících podniků a poptávky po službách těchto podniků jsem se rozhodla sestavit dotazník, jehož obsahem jsou otázky, které napomohou při rozhodování, zda je projekt uskutečnitelný či nikoli. Díky dotazníku budu také schopna vyhodnotit stávající nabídku a spokojenost zákazníků s ní popř. mohou být získána data pro vyhodnocení poptávky, možnostech inovací, informace o potencionálních zákaznících a jejich přáních a preferencích.

Dotazník k mé diplomové práci byl zveřejněn dne 20. října 2014 na webových stránkách portálu vyplnto.cz a jeho platnost vypršela dne 31. října 2014. Za tuto dobu dotazník vyplnilo 543 respondentů.

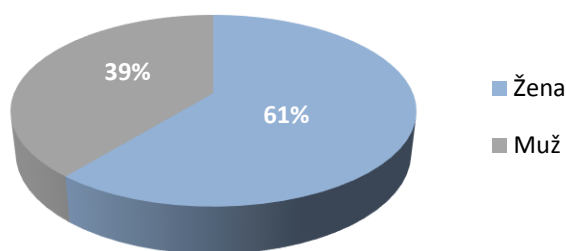
Dotazník obsahuje 12 otázek, z toho 1 otevřenou a zbylých 11 uzavřených. Otázky jsou zaměřeny na získání všeobecných informací o věku a pohlaví respondentů, ale směřují také k získání konkrétních informací pro zjištění základních údajů o poptávce a spokojenosti obyvatel s nabízenými službami v současné době.

V následující části jsou zpracována data získaná za pomoci dotazníkového šetření. Každá otázka je vyhodnocena, okomentována a pro názornost také doplněna grafickým znázorněním.

### Otázka č. 1 – Pohlaví?

První otázka se týká pohlaví respondentů. Z celkového počtu 543 respondentů dotazník vyplnilo 331 (61 %) žen a 212 (39 %) mužů. Je předpokládáno, že tento výsledek je způsoben možnostmi a druhem distribuce dotazníku.



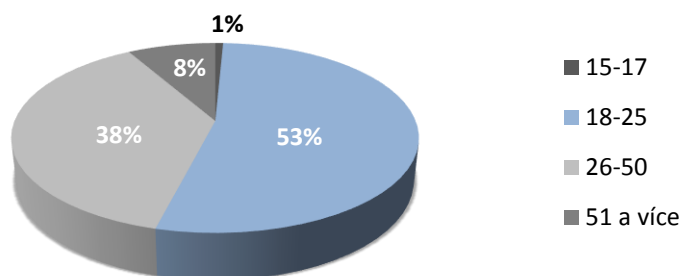


Obr. 6. Grafické vyhodnocení otázky č. 1 (Vlastní zpracování)

### Otázka č. 2 – Jaký je Váš věk?

Druhá otázka byla zaměřena na věkovou skladbu respondentů. Z 543 dotazovaných jsou 4 účastníci mladší 17 let a 45 účastníků starších 51 let. Většina dotazovaných spadá do skupiny 18 – 25 let, a to konkrétně 289 a do skupiny 26 – 50 spadá 205 dotazovaných.

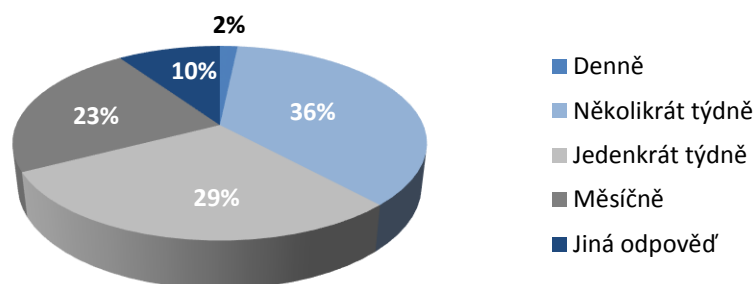
Pro podnikatele poskytující služby v oblasti pohostinství jsou cílovou skupinou osoby starší 18 let. Důvodem je zákonem stanovená minimální věková hranice pro užívání alkoholických nápojů. Z celkového počtu 99 % dotazovaných tuto podmínku splňuje, proto mohou být výsledky získané z dotazníkového šetření využity a považovány za relevantní.



Obr. 7. Grafické vyhodnocení otázky č. 2 (Vlastní zpracování)

### Otázka č. 3 - Jak často navštěvujete podniky poskytující služby v oblasti pohostinství za účelem posezení s přáteli/odpočinku/pobavení?

Účelem další otázky bylo zjistit, jak často lidé navštěvují podniky poskytující služby v oblasti pohostinství pouze za účelem posezení s přáteli, odpočinku nebo pobavení. Tato otázka vylučuje možnost využití tohoto druhu služeb pro účely stravování, využívání obědových menu apod., protože poskytování tohoto druhu služeb není cílem našeho podniku.

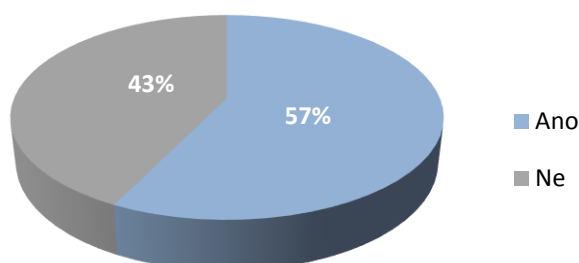


Obr. 8. Grafické vyhodnocení otázky č. 3 (Vlastní zpracování)

Díky dotazníku jsem zjistila následující informace. Z celkového počtu 543 osob využívá tento druh služeb 9 osob denně, 198 osob několikrát týdně, 159 osob jedenkrát týdně, 125 osob pouze několikrát do měsíce, avšak méně než 4x a jinou odpověď zvolilo 52 osob. Lidé, kteří zvolili jinou odpověď, uvedli, že takovýchto služeb využívají velmi zřídka, a to maximálně několikrát do roka.

#### Otázka č. 4 - Jste spokojen/a s množstvím a výběrem podniků poskytujících služby v oblasti pohostinství ve Vašem okolí?

Další dvě otázky se týkají současného stavu nabídky a spokojenosti zákazníků. První z těchto otázek řeší spokojenost zákazníků s množstvím a také do určité míry s typem podniků v okolí jejich bydliště. Z celkového počtu 543 dotazovaných 283 osob odpovědělo, že je spokojeno s množstvím a výběrem podniků v jejich okolí, a 260 osob je nespokojených. Tato otázka dává možnost k otevření diskuze, zda je vhodné vůbec zkusit realizovat projekt založení podniku poskytující služby v oblasti pohostinství. A na základě vyhodnocení této otázky, kdy téměř polovina osob není spokojena s množstvím a typem podniků, mohu říci, že těchto 43 % nespokojených osob mohou být našimi potencionálními zákazníky.

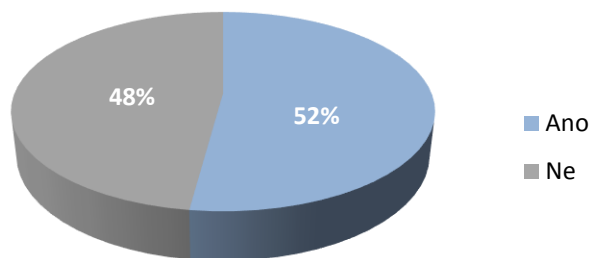


Obr. 9. Grafické vyhodnocení otázky č. 4 (Vlastní zpracování)

**Otázka č. 5 - Jste spokojen/a se službami a nabídkou nápojů poskytovanými těmito podniky?**

Z celkového počtu dotazovaných je celých 52 % (311) osob spokojeno s nabídkou nápojů a službami poskytovanými stávajícími podniky. Avšak téměř 48 % (231) dotazovaných spokojeno není.

Z tohoto zjištění plyne, že existuje poměrně velké procento osob, které není spokojeno jak s množstvím a výběrem podniků v okolí, tak také nejsou spokojeni s nabídkou nápojů a způsobem poskytování služeb v těchto podnicích. Je tedy zřejmé, že i na nabídce nápojů se dá pracovat, dá se zlepšovat, inovovat a tím také lépe uspokojit zákazníky.

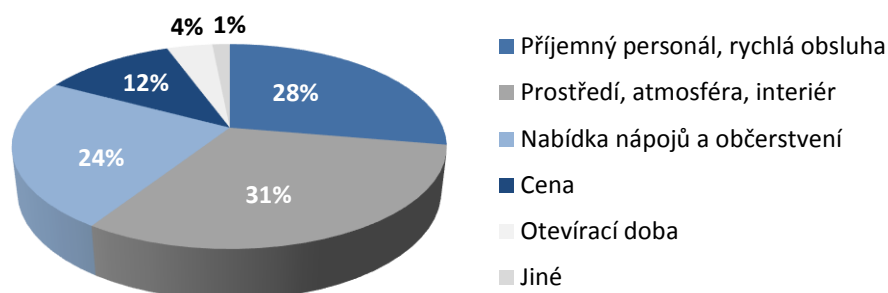


Obr. 10. Grafické vyhodnocení otázky č. 5 (Vlastní zpracování)

**Otázka č. 6 - Co je pro vás rozhodujícím faktorem při posuzování, který podnik upřednostníte?**

Otázka č. 6 měla napovědět, na co se soustředit nejvíce v případě získávání nových zákazníků. Respondenti měli na výběr z 5 hlavních kritérií, popř. mohli připsat své vlastní, které je pro ně rozhodující. Vyhodnocením dat jsem získala následující výsledky. Nejvíce označovaným kritériem se stalo prostředí, atmosféra a interiér daného podniku. Druhým nejdůležitějším měřítkem pro návštěvníky barů a hospod je personál a rychlost obsluhy, následuje nabídka nápojů a občerstvení a cena. Naopak, jako nejméně podstatná byla zvolena otevírací doba podniku.

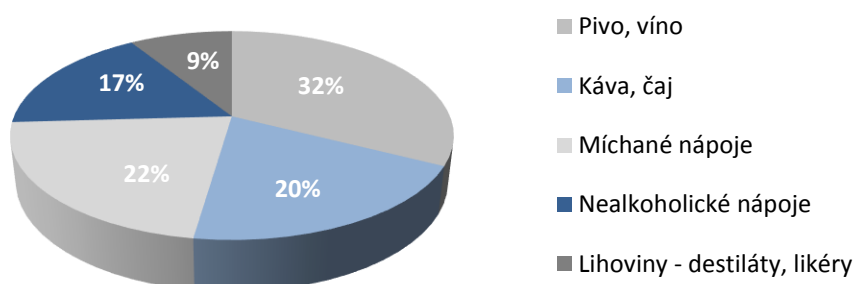
Pouze 1 % dotazovaných zvolilo možnost doplnění svého vlastní kritéria, mezi něž patří především nekuřácké prostředí, přítomnost přátel či momentální nálada a příležitost.



Obr. 11. Grafické vyhodnocení otázky č. 6 (Vlastní zpracování)

### Otázka č. 7 - Jaký typ nápojů upřednostňujete při návštěvě baru či hospody?

Cílem této otázky bylo vyhodnotit, který z nápojů návštěvníci barů a hospod upřednostňují po dobu trvání své návštěvy. Výsledky, které z této studie plynou, můžeme dále použít pro sestavení vlastního nápojového lístku, tak abychom co nejvíce vyhověli našim potenciálním budoucím návštěvníkům. U otázky č. 7 dostali respondenti 6 možností výběru, z nichž jedna možnost umožňovala výběr vlastního oblíbeného nápoje

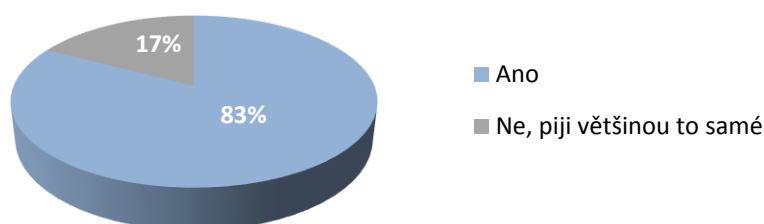


Obr. 12. Grafické vyhodnocení otázky č. 7 (Vlastní zpracování)

Z výsledků vyplývá, že více než třetina dotazovaných upřednostňuje konzumaci vína či piva. Dále konzumaci kávy, čaje a míchaných nápojů zvolilo kolem 20 % dotazovaných. Nealkoholické nápoje pije při návštěvě hospody či baru 17 % osob a tvrdý alkohol 9 %. Možnosti zvolit svoji vlastní odpověď nevyužil nikdo z dotazovaných. Je třeba brát v potaz, že tato otázka umožňovala zvolit současně více druhů nápojů, a to z toho důvodu, že málokterý návštěvník při pobytu v baru konzumuje pouze jeden druh nápoje po celou dobu trvání návštěvy. V absolutních hodnotách výsledky dopadly následovně: pivo, víno – 380 osob, káva, čaj – 232 osob, míchané nápoje – 255 osob, nealkoholické nápoje 198 osob a lihoviny (destiláty, likéry) 105 osob.

**Otázka č. 8 - Zkoušíte rád/a nové nápoje?**

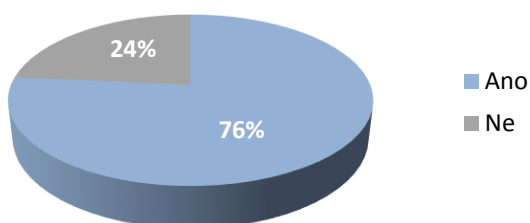
Otázka číslo 8 byla zaměřena na zjištění ochoty zákazníků přijímat a okusit něco nového, neznámého. Z dotazníků vyplynulo, že naprostá většina respondentů je otevřena novým možnostem a netrvá na stereotypu. Kladnou odpověď zvolilo 449 osob, tedy 83 % dotazovaných. Oproti tomu 94 osob (17 %) zvolilo možnost zápornou, tedy že nezkouší rádi nové věci a jsou věrni svým oblíbeným nápojům a upřednostňují poznané před novým a neznámým.



Obr. 13. Grafické vyhodnocení otázky č. 8 (Vlastní zpracování)

**Otázka č. 9 - Máte rádi pivo?**

Protože chceme zakládat společnost zabývající se poskytováním služeb v oblasti pohostinství a naše nabídka bude především orientovaná na prodej belgických piv, dotazník samozřejmě nemohl postrádat otázku tohoto typu. Z výsledků vyplývá, že 76 % dotazovaných (415 osob) pivo rádo má. Zbytek, 24 % dotazovaných zvolilo negativní odpověď.

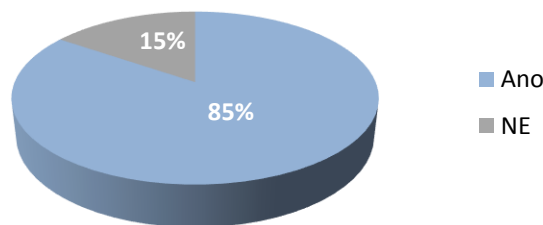


Obr. 14. Grafické vyhodnocení otázky č. 9 (Vlastní zpracování)

**Otázka č. 10 - Existuje něco, co by Vás přesvědčilo vyměnit váš oblíbený podnik (bar, hospodu) za nový?**

Touto otázkou jsem chtěla získat informace o loajalitě a věrnosti návštěvníků ke svým oblíbeným místům. Dle vyhodnocení odpovědí jsem zjistila, že 459 osob, tedy celých 85 %

respondentů, je ochotna vyměnit svůj oblíbený bar za jiný. Pouze 84 osob by zůstala věrna svému oblíbenému místu.



Obr. 15. Grafické vyhodnocení otázky č. 10 (Vlastní zpracování)

### Otázka č. 11 – Zdůvodnění odpovědi u otázky č. 10?

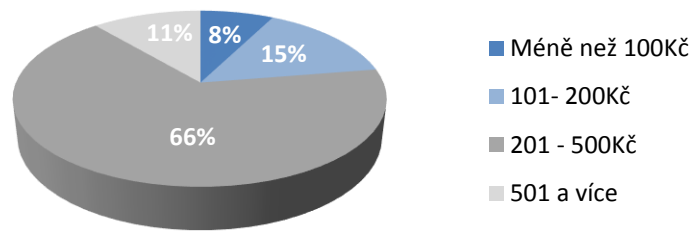
V návaznosti na otázku č. 10 mě samozřejmě zajímal také důvod nebo lákadlo, které by na zákazníky zafungovalo jako magnet pro změnu oblíbeného místa. Tato otázka byla otevřená, tudíž každý z dotazovaných měl vypsát nějaký konkrétní důvod. Jedny z nejčastějších odpovědí jsou ceny, interiér, obsluha, služby, neexistence oblíbené hospody, nabídka nápojů, lokalita, zvědavost, touha po něčem novém, doporučení, originalita.

### Otázka č. 12 - Kolik jste ochoten/a utratit za jednu návštěvu baru/hospody za nápoje?

Moje poslední otázka se orientovala na ochotu lidí utrácet své peníze za zábavu, konkrétně za nápoje v baru či hospodě. Jak známo, v době krizí a špatných ekonomických podmínek obyvatelstvo začíná nejvíce šetřit na službách, které přináší menší užitek než statky a služby potřebné.

Výsledky této otázky mi také pomohou při sestavování plánu tržeb a odhadu příjmů, jejichž kalkulace je nezbytná v dalších částech podnikatelského projektu.

Respondenti dostali na výběr ze 4 možností, které představovali postupně odstupňovanou výši útraty. Z výsledků vyplývá, že 360 osob, tedy 66 % dotazovaných je ochotno za jednu návštěvu utratit v rozmezí od 201 do 500 Kč. 15 % dotazovaných je ochotna utratit maximálně 200 Kč a 41 osob, tedy 8 % dotazovaných méně než 100 Kč. Nezanedbatelnou položkou je také 11 % dotazovaných, kterým nečiní problém utratit za jednu návštěvu za nápoje více než 500 Kč.



Obr. 16. Grafické vyhodnocení otázky č. 12 (Vlastní zpracování)

### 5.2.1 Závěrečné vyhodnocení dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno především za účelem vyhodnocení nabídky stávajících podniků, posouzení poptávky po jejich službách a také za účelem zjištění potřeb, přání a preferencí zákazníků. Jako rozhodující a nejdůležitější fakta plynoucí z výsledků vyhodnocených dotazníků jsme zvolili následující:

- 43 % dotazovaných není spokojeno s množstvím a typem stávajících podniků orientujících se na nabízení pohostinských služeb,
- 48 % dotazovaných není spokojeno s nabídkou a se službami poskytovanými stávajícími podniky,
- 85 % dotazovaných je ochotno změnit z různých důvodů svůj oblíbený podnik za jiný,
- 83 % dotazovaných by rádo ochutnalo nový nápoj,
- 76 % dotazovaných má rádo pivo.

S ohledem na tyto výsledky mohu konstatovat, že náš podnikatelský záměr má reálnou možnost úspěchu, především díky téměř 50% nespokojenosti zákazníků s nabídkou stávajících podniků, a také díky velké ochotě zákazníků vyměnit jejich oblíbený podnik za jiný. Dobrou zprávou pro nás je i oblíbenost piva a ochota lidí vyzkoušet nový nápoj, jelikož náš bar se bude orientovat mimo jiné i na nabídku lahvových belgických piv, které nejsou zcela běžně k dostání na našem trhu, a tudíž jsou pro české zákazníky většinou neznámé.

Díky dotazníkům jsem také získala představu, na které konkrétní aspekty podnikání bych se měla při plánovacím procesu nejvíce orientovat. Jsou jimi prostředí, atmosféra a interiér podniku, personál a nabízený sortiment. Tyto faktory byly zvoleny jakožto rozhodující o spokojenosti a nespokojenosti zákazníků.

### 5.3 Analýza právní formy

V následující části práce je vypracována analýza právní formy, jejímž cílem je vybrat nejvhodnější typ právní formy podniku, tzn. najít kompromis mezi požadavky vlastníků podniku a tím, jakými způsoby umožňuje podnikání platná česká legislativa.

Nejdříve jsou definovány požadavky podnikatelů, které vychází z kritérií stanovených v teoretické části:

- způsob a rozsah ručení – co možná nejnižší,
- oprávnění k řízení – co nejvyšší,
- počet zakladatelů – 2 zakladatelé,
- nároky na základní kapitál – max. 500 000 Kč,
- administrativní náročnost – co nejnižší,
- účast na zisku – co možná nejvyšší,
- daňové zatížení – co možná nejnižší.

Zakladatelé vzali na vědomí i zbylá dvě kritéria, jimiž jsou zveřejňovací povinnost a obtížnost získání cizích zdrojů, ta ale v průběhu rozhodovacího procesu nesehrála podstatnou roli. Společníci se také již předem rozhodli podnikat pod jedním jménem, ručit za závazky majetkem společnosti nikoli svým a řídit a rozhodovat společně.

Na základě faktů plynoucích z rozhodnutí společníků, jsem schopna vyloučit podnikání fyzických osob, které se neslučuje s vyjmenovanými požadavky.

Podnikání právnických osob je umožněno buďto jako osobní obchodní společnosti nebo kapitálové společnosti. Jelikož u osobních obchodních společností společníci ručí za závazky firmy celým svým majetkem, a toto riziko nechce ani jeden společník podstoupit, byly také zamítnuty. V neprospěch komanditní společnosti hrálo i nerovné postavení společníků, a tím i nespravedlivé rozdělení zisku.

V úvahu tedy připadly pouze dvě společnosti – akciová společnost a společnost s ručením omezeným. Po zvážení všech pro a proti a opětovném porovnání společností dle kritérií, jsem se rozhodla pro společnost s ručením omezeným. Hlavními důvody pro volbu této formy podnikání byly především výše základního kapitálu a administrativní náročnost, jež jsou nesrovnatelně nižší u s. r. o., než u a. s.

Důležitou roli sehrál také fakt, že většina společností poskytující služby v pohostinství jsou provozovány jako fyzické osoby nebo právě společnosti s ručením omezeným.



## 6 VYHODNOCENÍ PROVEDENÝCH ANALÝZ

Kapitola pod názvem Analýza podnikatelského prostředí skýtá ucelený přehled informací a faktů týkajících se trhu, jehož součástí se chystáme stát. Cílem kapitoly bylo získání reálných a podrobných informací o trhu a odvětví, které poslouží jako podklad při vyhodnocení reálnosti implementace podnikatelského záměru a také jako podklad pro vypracování konkrétního projektového řešení založení podniku služeb.

První kapitola obsahuje podrobně vypracovanou analýzu trhu ČR a místního trhu, orientovanou především na obyvatelstvo, jeho věkové složení, nezaměstnanost, popř. jeho příjmy, a na trendy a vývoj podnikání. Z této analýzy vyplynula následující fakta:

- největší % podíl obyvatel JMK tvoří obyvatelstvo od 18 – 65 let,
- neustále rostoucí nezaměstnanost v JMK překračuje celorepublikový průměr,
- JMK vykazuje 4. nejhorší výsledek podílu nezaměstnaných osob,
- roste minimální mzda i průměrná hrubá měsíční mzda,
- JMK dosahuje 3. nejlepšího výsledku v průměrné měsíční mzdě,
- trend počtu podnikatelských subjektů neustále roste jak v celé ČR, tak v JMK.

Další podkapitola je věnována odvětví pohostinství. Zde můžeme najít vyhodnocení vývoje a trendu počtu podnikatelských subjektů v oboru pohostinství a analýzu základních ekonomických údajů, které naznačují efektivnost podnikání právě v tomto odvětví v uplynulých letech. Na základě vypracování této analýzy jsem zjistila, že:

- počet subjektů podnikajících v pohostinství se nijak zásadně v letech nemění a má rostoucí trend,
- oddíl 56.3 Pohostinství si dlouhodobě drží stabilní podíl okolo 6 % na celkovém počtu subjektů obsažených v sekci I – Ubytování, stravování a pohostinství
- jeden podnik zaměstnává v průměru 3 zaměstnance
- průměrná hrubá měsíční mzda dosahuje v odvětví pohostinství 10 000 Kč
- v odvětví pohostinství dochází k dlouhodobému poklesu tržeb, stále se však daří dosahovat kladných výsledků hospodaření a zisku.

Pro maximalizování vypovídajících schopností a vytvoření uceleného pravdivého odrazu stavu trhu, byly využity nástroje PEST analýza a Porterova analýza pěti sil, díky nimž jsou doplněny informace o následující fakta o trhu a konkurenčním prostředí v odvětví:

- je nutná znalost zákonů,

- je vykazován pozitivní vývoj i predikce růstu HDP,
- inflace dosahuje ideálních hodnot,
- dochází k rozvoji cestovního ruchu, budování cyklostezek,
- životní úroveň obyvatel roste,
- jedná se o neatraktivní obor s nízkou ziskovostí,
- neexistují žádné bariéry vstupu do podnikání,
- existuje velké množství substitutů.

Na základě výše uvedených faktů je definováno shrnující vyhodnocení provedených analýz.

Ekonomická situace v České republice vykazuje v posledních letech zlepšující se výsledky, čímž se vytváří vhodné prostředí pro zakládání nového podnikání či podmínky vhodné pro zvýšenou investiční aktivitu. Podnikatelské prostředí mohou definovat jako relativně stabilní. Vývoj počtu podnikatelských subjektů má rostoucí, avšak zpomalující se trend a dochází k jeho podpoře ze strany státu. O stavu odvětví mohou také konstatovat, že je dlouhodobě stabilní a i přes pokles tržeb se zde daří dosahovat ziskovosti.

Současná situace trhu a odvětví tedy splňují předpoklady možnosti vstupu nového podniku. Toto rozhodnutí je v mém případě podpořeno především získanými výsledky z dotazníkového šetření, ze kterého plyne nespokojenost zákazníků se současnou nabídkou a extrémní ochota lidí vyměnit oblíbený podnik za splnění určitých podmínek. Za další pozitiva považuji celkový vývoj ekonomické situace, % podíl obyvatel v letech 18 – 65 let, kteří jsou naší cílovou skupinou, rostoucí průměrnou mzdou, rozvojem cestovního ruchu a cyklostezek v JMK, které mohou mít pozitivní vliv na návštěvnost podniku, zvýšenou životní úroveň obyvatelstva a stabilitu odvětví. Výhodou bezpochyby je i možnost založení s. r. o. se základním kapitálem 1 Kč a bezbariérový vstup do odvětví. Problémovým faktorem může být vysoká míra nezaměstnanosti, kdy vycházím z předpokladu, že nezaměstnaní lidé upřednostňují konzumaci alkoholu v domácím prostředí a z vlastních zdrojů, a konkurence, kterou jsem však díky analýze identifikovala a nyní na ni budeme orientovat veškerou naši pozornost.

Díky vypracovaným analýzám jsem získala informace, které mi napomohou vytvořit projekt, jenž bude odpovídat požadavkům trhu a zákazníků.

## 7 PROJEKTOVÁ ČÁST

V následující části práce je vypracován projekt obsahující veškeré potřebné náležitosti vedoucí k založení a zahájení provozu podniku služeb v pohostinství.

Ačkoli tento projekt vychází z teoretických poznatků definovaných v kapitole 2.5 Podnikatelský záměr, není dodrženo rozvržení jednotlivých částí uvedených v této kapitole. Projekt je vypracován a přizpůsoben vzhledem k účelu jeho využití, tedy jako součást diplomové práce. Byla zvolena obsahová forma a struktura korespondující s představami autorky, s funkčností dokumentu a s ohledem na logickou návaznost jednotlivých kroků.

### 7.1 Cíle projektu

Každý projekt je definován na základě tzv. projektového trojimperativu, který stanovuje jeho určitá omezení, jimiž jsou cíle projektu, využitelné a dostupné zdroje a přesně stanovený čas.

Budu-li vycházet z těchto omezení, pak mohu jako hlavní cíl projektu definovat:

- založení společnosti s r. o. poskytující služby v oblasti pohostinství.

Tohoto cíle bude dosaženo s přihlédnutím na stanovené podmínky, a to:

- přesné dodržení termínů obsažených v časovém harmonogramu projektu,
- vypracování projektu s ohledem na dostupné zdroje a v rámci stanovených nákladů.

Projekt založení společnosti by měl obsahovat takové údaje, díky nimž bude čtenář schopen pochopit, za jakým účelem je sestaven a získat jasný a ucelený přehled o záměrech a cílech autora.

### 7.2 Charakteristika společnosti

Celá obsahová náplň diplomové práce směřuje k vypracování projektu založení společnosti poskytující služby v pohostinství. Záměr zakladatelů je vybudování moderního baru, s netradičním interiérem připomínajícím staré anglické hospůdky. Lidem by měl poskytnout příjemné nekuřácké klimatizované prostředí v centru města Hodonína, široký sortiment nápojů a obsluhu kvalifikovaným a vždy ochotným personálem. Podnik se bude mimo jiné také orientovat na nabídku belgických lahvových piv podávaných v originálních sklenicích určených pro konkrétní druh piva a opatřených jeho názvem, a také na nabídku pokrmů připravovaných z kvalitních potravin a dle osvědčených receptur. Pro doladění celkové atmosféry

podniku se zakladatelé rozhodli v rámci doplňkových služeb nabízet zapůjčení stolních her, které zákazníkům zpříjemní čas zde strávený, a pořádání tematických večerů a instrumentálních vystoupení většinou neznámých kapel a umělců, které takto dostanou šanci najít si své publikum.

Cílem je vybudování místa, kde zákazník stráví čas v příjemném prostředí navozujícím pocit relaxace a odpočinku, kam se bude chtít vracet, a v němž si na své přijdou jak zákazníci upřednostňující typický český sortiment a posezení s přáteli nad půllitrem dobrého piva, ale také nároční zákazníci hledající kvalitní degustační zážitky.

### 7.2.1 Název společnosti

Volba názvu je velmi důležitou součástí založení podniku. Pod zvoleným názvem bude společnost nejen zapsána do obchodního rejstříku, ale také známa u široké veřejnosti. Pro naši společnost jsem vybrala jméno GOODY Bar, s. r. o., jež dle mého názoru splňuje veškeré parametry dobře zvoleného názvu. Je lehce vyslovitelný a zapamatovatelný, znělý a krátký. Anglické slovo „goody“ je do českého jazyka překládáno jako dobrota, kladný hrdina, bonbón, je považováno za citoslovce vyjadřující nadšení nebo také vyjadřuje vztah k něčemu atraktivnímu a žádoucím. Název je doplněn slovem „bar“, čímž je jednoduše identifikovatelná náplň aktivit našeho podniku, a zkratkou s. r. o., jež vyjadřuje právní formu společnosti.

### 7.2.2 Sídlo společnosti

Sídlem společnosti GOODY Bar, s. r. o. je Masarykovo náměstí 1654/15, 695 01 Hodonín, Česká republika. Tato adresa je jak oficiálním sídlem společnosti, tak provozovnou a místem podnikání.

### 7.2.3 Předmět podnikání

Společnost GOODY Bar bude společností s ručením omezeným podnikající na základě uděleného živnostenského oprávnění. Dle živnostenského zákona bude jako oficiální předmět podnikání zvolena:

- hostinská činnost,
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.

GOODY Bar by měl svým zákazníkům sloužit nejen jako zdroj dobrého a kvalitního pití a občerstvení, ale také jako místo k relaxaci, odpočinku a zábavě. S těmito představami souvisí i náplň poskytovaných služeb:

- nabídka alkoholických a nealkoholických nápojů,
- příprava a prodej míchaných nápojů,
- nabídka výběrových belgických piv,
- nabídka drobného občerstvení, příprava pokrmů,
- pořádání kulturních vystoupení – akustické koncerty především začínajících umělců,
- pořádání tematických večerů,
- pravidelné slevové akce na různé druhy nápojů,
- pořádání soukromých akcí, večírků, oslav,
- zajištění příjemného prostředí a kvalifikovaného personálu,
- bezplatné poskytování společenských her a Wi-fi připojení.

#### 7.2.4 Poslání a cíle podniku

Posláním naší nově vznikající společnosti je uspokojování potřeb a přání zákazníků poskytováním kvalitních služeb spojených s konzumací dobrého nápoje a občerstvení v příjemném a klidném prostředí.

#### Cíle podniku

V návaznosti na stanovené poslání společnosti jsou definovány cíle, které budou v následujících kapitolách stěžejní pro stanovení strategií.

Našimi hlavními cíli jsou:

- poskytování kvalitních služeb,
- nabízení dobrého jídla a pití, při jejichž přípravě je využito jen kvalitních surovin,
- zaměstnávání kvalifikovaného personálu, který bude vždy příjemně naladěn a ochoten pomoci,
- zajištění zvyšování odbornosti svých zaměstnanců,
- být inovativní, sledovat novinky na trhu,
- zajištění příjemného a vždy čistého prostředí,
- orientace na zákazníka, zjišťování jejich přání,
- vyvolání v zákazníkovi potřebu vrátit se,
- vytvoření a udržení příjemného pracovního prostředí, které povede ke spokojenosti zaměstnanců a dobrých vztahů ve firmě,
- orientace na zdokonalování veškerých procesů probíhajících v podniku,

- dosahování dobrých finančních výsledků.

### **Dlouhodobé cíle**

Za dlouhodobé cíle společnosti byly zvoleny následující:

- získání a udržení stálé klientely, vybudování stabilní pozice na trhu, být vždy o krok napřed před konkurenčními podniky,
- snaha o rozšíření sortimentu, být inovativní, budování dobrého jména a image podniku,
- dosahování zisku.

### **Krátkodobé cíle**

Mezi krátkodobé cíle jsem zařadila:

- založení společnosti, bezproblémový vstup na trh, získání zákazníků, zjištění kvalitních dodavatelů a personálu.

## **7.3 Založení společnosti**

Založení podniku je dalším logickým krokem následujícím po rozhodnutí týkajícího se oboru podnikání, po volbě právní formy podnikání, po definování základních údajů společnosti a stanovení jejího poslání a cílů.

Založení podniku je teoreticky popsáno v kapitole 2.6 Založení a vznik společnosti, ze které budu nyní vycházet.

### **7.3.1 Společenská smlouva**

Společnost bude založena na základě notářem sepsané společenské smlouvy, jejíž obsah vzejde z dohody obou společníků.

Společenská smlouva musí dle obchodního zákoníku obsahovat následující údaje, které je dobré si před samotným vypracováním smlouvy dobře promyslet:

#### **Obchodní firma a sídlo společnosti**

- GOODY Bar, s. r. o.
- Masarykovo nám. 1654/15, 695 01 Hodonín, Česká republika.

#### **Určení společníků, jejich bydliště**

- Bc. Ivana Lysá, narozena 23. 10. 1989, bytem Vítězství 1562, 696 03 Dubňany.

- Ing. Lucie Indrová, narozena 25. 10. 1989, bytem Komenského 237, 696 03 Dubňany.

### **Předmět podnikání**

- hostinská činnost,
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.

Protože obsahová náplň živnosti hostinská činnost, neumožňuje provozování společenských a kulturních akcí, které však v našem podniku chceme pořádat, druhou naší živností bude tzv. provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí. Tento předmět podnikání je uveden ve 4. příloze živnostenského zákona právě jako Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.

### **Určení jednatelů společnosti, jejich bydliště a způsob zastupování**

- Bc. Ivana Lysá, narozena 23. 10. 1989, bytem Vítězství 1562, 696 03 Dubňany.
- Ing. Lucie Indrová, narozena 25. 10. 1989, bytem Komenského 237, 696 03 Dubňany.
- Každý z jednatelů je oprávněn jednat za společnost samostatně.

### **Určení výše vkladů, druhů podílů každého společníka a určení výše základního kapitálu**

- Bc. Ivana Lysá:
  - peněžité vklad - 200 000 Kč,
  - nepeněžité vklad - osobní počítač v hodnotě 11 000 Kč,
  - účast na společnosti - 44 %.
- Ing. Lucie Indrová:
  - peněžité vklad - 200 000 Kč,
  - nepeněžité vklad - osobní automobil v hodnotě 70 000 Kč,
  - účast na společnosti – 56 %.
- Základní kapitál společnosti je dán výší jednotlivých vkladů společníků.
- Nepeněžité vklady byly oceněny znalcem.
- Základní kapitál společnosti GOODY Bar, s. r. o. činí 481 000 Kč.
- Společnost pracuje pouze s běžným druhem podílů.

### **Správce vkladu**

Správou vkladů byla pověřena Ing. Lucie Indrová.

Veškeré tyto náležitosti byly dohodnuty před sepsáním společenské smlouvy a posloužily jako podklad pro její sepsání. Celý obsah společenské smlouvy společnosti GOODY Bar, s. r. o. je k nahlédnutí v závěru této práce (Příloha P III).

### **7.3.2 Splacení vkladů**

Postup této části procesu zakládání společnosti je definován společenskou smlouvou a zákonem. Tyto upozorňují na nutnost splacení min. 30 % peněžitých vkladů a vkladového ážia v plné výši před podáním návrhu na zapsání do obchodního rejstříku.

Společníci se ve společenské smlouvě dohodli, že nepeněžité vklady budou do společnosti vloženy dnem podpisu společenské smlouvy, tedy 10. 6. 2015 a do 20 dnů od tohoto data splatí i peněžité vklady, konkrétně tedy nejpozději do 30. 6. 2015. Peníze budou vloženy na nově vytvořený bankovní účet společnosti, jež bude veden u Komerční banky na jméno správce vkladu, jímž byla společenskou smlouvou ustanovena Ing. Lucie Indrová.

### **7.3.3 Získání živnostenského oprávnění**

Předtím než podáme návrh na zápis do obchodního rejstříku, je nutné získat výpis z živnostenského rejstříku. Za tímto účelem odevzdáme tzv. jednotný registrační formulář (dále jen JRF; Příloha P IV) doplněný o nutné přílohy.

Protože jedna z živností, na kterou žádáme vystavení živnostenského oprávnění, spadá do živností řemeslných, musí být splněny jak všeobecné požadavky, tak odborná způsobilost. Z důvodu, že ani jeden ze společníků tyto podmínky nesplňuje, bylo rozhodnuto o nutnosti ustanovení odpovědného zástupce, jehož znalosti a dovednosti splňují odborné předpoklady pro provozování námi zvolené živnosti. Tímto zástupcem se stala:

- Veronika Novoměstská, nar. 10. 11. 1982, bytem Národní tř. 93, 695 01 Hodonín.

Její odborná způsobilost bude doložena následujícími dokumenty:

- výuční list oboru kuchař/číšník,
- maturitní vysvědčení z nástavbového studia oboru Podnikání,
- potvrzení o zaměstnání a získání praxe na pozici kuchař/číšník,
- potvrzení o zaměstnání a získání praxe na pozici provozní restaurace.



Zakladatelé podají žádost dne 24. 6. 2015 formou vyplněného JRF, jehož součástí budou i tři přílohy:

- Odpovědný zástupce,
- Předmět podnikání (Příloha P V),
- Příhláška k registraci pro právnické osoby.

Splníme-li jako ohlašovatelé všechny podmínky stanovené zákonem a dodáme-li všechny potřebné dokumenty, nejpozději do 5 pracovních dnů by měl živnostenský úřad provést zápis do živnostenského rejstříku a my obdržíme požadovaný výpis.

#### 7.3.4 Zápis do obchodního rejstříku

Společníci se dohodli, že návrh na zápis do obchodního rejstříku požádají v době, kdy již budou mít výpis z živnostenského rejstříku a ostatní nutné dokumenty, které budou přílohami tohoto návrhu. Vyplněný formulář návrhu s identifikací všech společně odevzdaných příloh je k nahlédnutí v přílohách dokumentu (Příloha P VI).

Zákonnou lhůtou na posouzení návrhu je 5 dnů. V této lhůtě bude společnost zapsána do obchodního rejstříku za předpokladu, že nebudou scházet žádné potřebné dokumenty. Zápisem do obchodního rejstříku společnost vzniká.

#### 7.3.5 Povinné registrace

Jakožto nově založená společnost musíme splnit povinnosti registrace a oznámení o zahájení podnikání v zákonem stanovených lhůtách u různých úřadů. Konkrétně se jedná o následující instituce a důvody registrace.

**Finanční úřad** – do 30 dnů od získání povolení provozovat podnikatelskou činnost je nutné podat přihlášku k registraci u místně příslušného správce daně prostřednictvím formuláře Příhláška k registraci. Tato povinnost byla splněna při odevzdání JRF a jeho přílohy Příhláška k registraci pro právnické osoby u živnostenského úřadu, který zároveň slouží jako centrální registrační místo (dále jen CRM). Systém CRM ulehčuje podnikatelům vyřídit administrativní náležitosti a některé nutné registrace na jednom místě. Po skončení procesu obdržíme osvědčení o registraci a daňové identifikační číslo.

**Okresní správa sociálního zabezpečení** – povinnost registrace u této instituce vzniká v případě uzavření pracovně právního vztahu s novými zaměstnanci. Do 8 dnů od této skutečnosti musíme zaměstnance přihlásit k sociálnímu pojištění prostřednictvím standardizovaného

formuláře. Tuto povinnost v našem případě splníme v zákonem stanovené lhůtě po podpisu smlouvy s našimi novými zaměstnanci.

**Zdravotní pojišťovna** – ze zákona pro zaměstnavatele vyplývá také povinnost registrace u každé zdravotní pojišťovny, jejichž služeb využívají zaměstnanci společnosti. Zákonem stanovená lhůta pro tuto registraci je 8 dnů od podepsání pracovní smlouvy a registrace probíhá prostřednictvím vyplnění formuláře Přihláška zaměstnavatel – plátce pojistného. Tuto povinnost splníme ve stanovené lhůtě po podpisu smlouvy s přijímanými zaměstnanci.

**Úřad práce** – jelikož chceme přijmout zaměstnance, jsme povinni tuto skutečnost oznámit do 10 dnů od jejího vzniku příslušnému úřadu práce. Podává se oznámení o každém novém pracovním místě, jeho charakteristika a naše požadavky, které by měl potenciální zaměstnanec splňovat. Oznámení o dvou nově vytvořených pracovních místech na pozici čističky/servírky bylo provedeno již při odevzdání JRF. Oznámení o vytvoření nového pracovního místa na pozici kuchaře provedeme v dané lhůtě počínaje datem vzniku společnosti.

**Pojišťovna** - zaměstnavatel je ze zákona povinen přihlásit se k zákonnému pojištění odpovědnosti zaměstnavatele v případě, že má alespoň jednoho zaměstnance. Zaměstnavatel je povinen se k tomuto pojištění přihlásit bez zbytečného odkladu po uzavření prvního pracovního poměru. Registrace probíhá za využití formuláře Přihláška k pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za pracovní úrazy a nemoci z povolání.

**Krajská hygienická stanice** – protože budeme nabízet služby spojeny s poskytováním jídla a nápojů, jsme také povinni nejpozději v den zahájení činnosti ohlásit tuto skutečnost na dozorovém úřadu za pomoci formuláře Registrace provozovny.

Veškeré povinné registrace i s jejich časovým ohraničením jsou zařazeny do harmonogramu projektu. Tímto krokem minimalizujeme možnost prodloužení či opomenutí a s nimi spojené hrozby penalizace ze strany zmíněných institucí.

### **7.3.6 Rozpočet nákladů souvisejících se založením a vznikem společnosti**

Před vznikem společnosti bylo potřeba vynaložení množství finančních prostředků souvisejících především s administrativními požadavky a dokumentací, která zajišťuje hladký průběh vzniku společnosti. Seznam těchto výdajů vyobrazuje následující tabulka (Tab. 10).

Tab. 10. Rozpočet nákladů souvisejících se založení a vznikem společnosti v Kč (Vlastní zpracování)

Název činnosti	Náklady
Sepsání společenské smlouvy formou notářského zápisu	6 000
Ověření smluv a podpisů	2 000
Výpisy z rejstříku trestů	300
Výpis z katastru nemovitostí	100
Odměna znalci	700
Ohlášení živností	1 550
Poplatky bance	500
návrh na zápis z OR	6 000
Výpisu z obchodního rejstříku	100
Výpisu z živnostenského rejstříku	100
<b>Náklady celkem</b>	<b>17 350</b>

## 7.4 Realizační projektový plán

Při plánování zahájení podnikání v oblasti poskytování služeb v pohostinství je nejdůležitější částí vybudování provozovny. To spočívá nejen v úpravě interiéru, ale také v technickém, materiálním a personálním zajištění.

### 7.4.1 Místo podnikání

Jako místo našeho podnikání byly zvoleny plochy, které nabízí k pronájmu společnost Obchodní domy iRO, a. s. Jedná se o sklepní prostory obchodního domu IRO, který je jedním z multifunkčních nákupních center lokalizovaným na hlavním náměstí v centru města Hodonína. O výběru právě těchto prostor rozhodly především následující faktory:

- umístění a velikost prostor,
- výše nájmu,
- dobrá komunikace s pronajímatelem,
- technické vybavení a stav nemovitosti.

Plocha určená k pronájmu o celkové rozloze 220 m<sup>2</sup> sestává z těchto samostatných místností:

- provozovna podniku - 150 m<sup>2</sup>,
- oddělené pánské a dámské toalety – 15 m<sup>2</sup>,
- kuchyně – 25 m<sup>2</sup>,
- sklad – 9 m<sup>2</sup>,
- kancelář – 13 m<sup>2</sup>,
- schodiště – 8 m<sup>2</sup>.

Provozovna je výborně dostupná jak pěší chůzí, autem i autobusem městské hromadné dopravy (dále jen MHD). Obchodní dům je vybaven soukromým parkovištěm a stání je možno i v okolních ulicích, kde jsou vybudována parkovací místa. V blízkosti jsou dvě zastávky MHD. Vlakové i autobusové nádraží jsou vzdáleny 15 minut pěší chůze.

Cena pronájmu byla sjednána ve výši 19 000 Kč za měsíc. Ve smlouvě byla také dohodnuta 3letá fixace výše ceny nájemného, proto v dalších letech nepředpokládáme jeho navýšení. Smlouva je uzavírána na dobu neurčitou s dvouměsíční výpovědní lhůtou.

Dle plánů bude provedena rekonstrukce prostor baru určených pro zákazníky, kdy se bude interiér stylizovat do představ zakladatelů. Veškeré změny byly diskutovány a schváleny s majitelem objektu, který již zajistil stavební povolení.

Technický stav sklepení je velmi dobrý. Disponuje vlastní oddělenou klimatizací, kvalitním odsávacím zařízením, podlahovým vytápěním a novou podlahou z dubového masivu. Součástí je i krb a barový pult. Jsou zde vybudovány nové rozvody elektřiny, vody a plynu. Velkou výhodou je soukromý výtah, který může sloužit při přepravování zboží do sklepních prostor provozovny.

#### **7.4.2 Materiální zabezpečení projektu**

Aby výše definované prostory plnily účel, ke kterému byly pronajaty, musí projít určitými úpravami. Tyto úpravy se týkají jak stavebních prací, díky nimž provozovna získá zcela jiný vzhled, tak technického a materiálního dovybavení, jež zajistí její plnou funkčnost a provozuschopnost.

##### **Provozovna**

Provozovna, chápáno jako prostor baru určený pro návštěvníky, je pronajímána téměř bez vnitřního vybavení. Z tohoto důvodu bude nutné kromě provedení stavebních prací, také celkové technické a materiální dovybavení všemi potřebnými věcmi, které umožní efektivní fungování a provoz.

##### ***Stavební práce***

Představou zakladatelů je úprava interiéru provozovny takovým způsobem, aby připomínala typickou starou anglickou hospůdku. Tento požadavek je rozhodujícím pro veškeré stavební úpravy. Byla vypracována projektová dokumentace a návrh interiéru zkušeným architektem, z nichž vyplývá nezbytnost provedení následujících kroků:

Tab. 11. Seznam nutných stavebních úprav v provozovně a jejich nákladové ohodnocení v Kč (Vlastní zpracování)

Typ stavební úpravy	Náklady
Obložení stropu dřevem, umístění trámů	80 000
Úprava omítek, obložení cihlovými obklady	65 000
Vybudování podia	30 000
Prodloužení a obklad barového pultu	15 000
Úprava prostor za barem	18 000
<b>Náklady celkem</b>	<b>208 000</b>

Při rekonstrukci budou použity převážně přírodní materiály, popř. levnější imitace přírodních materiálů, které korespondují s představami zakladatelů, a za jejichž pomoci bude dosaženo příjemného a útulného vzhledu. Vynaložená částka 208 000 Kč bude zařazena do dlouhodobého hmotného majetku společnosti a bude postupně odepisována.

#### *Materiální a technické vybavení provozovny*

V další fázi rekonstrukce je nutné zajistit dovybavení provozovny po stránce materiální a technické. Jediným vyhovujícím vybavením, které majitel poskytl jako součást pronájmu, je barový pult s dřezem, vodovodní baterie a dvě vitríny o objemu 1000 a 500 litrů, které využijeme pro uskladnění nabízeného sortimentu.

Dále je tedy nutné dokoupit vybavení obsažené v následující tabulce (Tab. 12):

Tab. 12. Seznam potřebného vybavení provozovny a jeho nákladové ocenění v Kč (Vlastní zpracování)

Druh vybavení	Náklady
Restaurační a pokladní systém	11 000
Výčepní stojan 4 - kohoutkový	11 500
Odkapní miska	1 500
Narážecí hlava	2 400
Výrobník ledu	3 800
Profesionální pákový kávovar	35 000
Myčka skla a kartáče	2 700
Drtič ledu	14 800
Ozvučovací technika, mikro systém	30 000
Odpadkové koše	500
Nádobí	110 000
Nábytek	250 000
Osvětlení	70 000
Dekorace	5 000
Ostatní drobná technika a vybavení	10 000
<b>Náklady celkem</b>	<b>558 200</b>

Druh vybavení pod názvem Nádobí a Nábytek jsou souhrnnými položkami, jejichž podrobný seznam je rozepsán v příloze práce (Příloha P VII). Při stanovování množství jednotlivých dílčích položek tohoto seznamu se vycházelo z odhadované kapacity podniku, která je stanovena na 50 – 60 osob. Originální pивní sklenice na belgické pivo, ale i sklenice na pivo české nebo na čepovanou kofolu, obdržíme od dodavatelů v rámci propagace jejich značky zdarma.

### Kancelář

Kancelář, kterou chceme ke svému podnikání využívat, je taktéž umístěna ve sklepních prostorech obchodního domu IRO a nachází se vedle provozovny baru. Tato místnost je již kompletně zařízena vybavením, které zde nechal předchozí nájemce, cateringová společnost. Toto vybavení si za souhlasu pronajímatele ponecháme. Je nepoškozené a vyhovující, obsahuje velký pracovní stůl, kancelářskou židli, policový systém, úložnou sestavu se zásuvkami, sedací soupravu a konferenční stůl.

Aby však kancelář plnila funkci sídla společnosti a abychom ji mohli plně využívat ke všem nutným činnostem, je potřeba ji dovybavit z vlastních zdrojů (Tab. 13).

*Tab. 13. Seznam potřebného vybavení kanceláře a jeho nákladové ocenění v Kč (Vlastní zpracování)*

Druh vybavení	Náklady
Multifunkční tiskárna	2 500
Mobilní telefon	800
Počítač	0
Kancelářské potřeby	1 000
Dekorace	1 000
Odpadkový koš	100
Věšák	100
Vertikální žaluzie do okna – 120x70	550
<b>Náklady celkem</b>	<b>6 050</b>

Počítač nepředstavuje žádný výdaj, protože je nepeněžitým vkladem do společnosti jednoho ze společníků. Dále je nutné zajistit připojení k internetu, které bude sloužit jak zaměstnancům společnosti, tak zákazníkům. Profesionální zřízení a instalaci služby zajistí společnost Netconnect, jež tyto úkony i pronájem modemu poskytuje zdarma. Naší společnosti tedy vznikne pouze měsíční závazek ve výši 399 Kč za poskytování této služby. Společníci se

dohodli na zřízení pracovního telefonu a firemní linky. Dodavatelem těchto služeb bude společnost O2 Czech Republic a.s. Budeme využívat jejího tarifu nabízejícího neomezené množství SMS, neomezené volání a datový tarif za měsíční poplatek ve výši 700 Kč.

### Vybavení skladu

Místnost o velikosti 9 m<sup>2</sup> umístěná vedle obslužných prostor baru bude využita jako sklad provozních zásob a zboží. Aby plnila svou funkci, musíme ji dovybavit úložnými prostory určenými pro odkládání věcí a chladicí technika pro uschování nápojů. Seznam vybavení obsahuje tabulka (Tab. 14).

*Tab. 14. Seznam potřebného vybavení skladu a jeho nákladové ocenění v Kč (Vlastní zpracování)*

Druh vybavení	Náklady
Policový systém - 220 cm x 280 cm x 60 cm	2 000
Chladicí vitrína – objem 1000l	3 600
<b>Náklady celkem</b>	<b>5 600</b>

Z důvodu umístění zařízení v prostorách, kam nemají přístup zákazníci a není tedy nutné dbát na jeho vzhled ale především na funkčnost, bylo rozhodnuto o koupi zmíněného vybavení z druhé ruky, což povede ke značné úspoře finančních prostředků.

### Kuchyně

Součástí sklepních prostor obchodního domu je i zcela zařízená a funkční kuchyně s veškerým potřebným vybavením a technickým zařízením, jejíž používání nám bylo umožněno na základě dohody s pronajímatelem.

Jelikož po zahájení podnikání chceme nabízet stravovací služby jen v omezeném režimu a v přesně stanovených časech (Příloha P VIII), nebude kuchyně plně využita. Z tohoto důvodu bylo rozhodnuto o minimalizaci investic vynaložených ke zlepšení stavu těchto prostor. Provoz bude prozatím zajištěn za pomoci dostupných zdrojů a vybavení. V budoucnu společnost počítá s rozšířením nabídky jídelního lístku a s maximálním využitím kuchyně.

### Toalety

V pronajatých prostorech nechybí ani soukromé toalety. Tyto byly vybudovány pouze pro účely restaurace a budou využívány jak zaměstnanci, tak zákazníci baru. Toalety jsou

umístěny ve sklepních prostorách obchodního domu a vstup je umožněn přímo z provozovny. Samozřejmostí je rozdělení na část dámskou a pánskou, z nichž každá disponuje dostačujícím množstvím sanitárního zařízení.

Pro zajištění příjemného a čistého prostředí a maximálního komfortu bylo rozhodnuto o nutnosti dokoupení dalšího vybavení (Tab. 15).

*Tab. 15. Seznam potřebného vybavení toalet a jeho nákladové ocenění v Kč (Vlastní zpracování)*

Druh vybavení	Náklady
Dávkovače na mýdlo	600
Zásobník na papírové utěrky	880
Zásobník na toaletní papír	1 260
WC štětka	750
Odpadkové koše	820
<b>Náklady celkem</b>	<b>4 310</b>

### Zboží a zásoby

Před zahájením provozu je nutné naskladnění nabízeného sortimentu do provozovny baru. Tomuto kroku předchází sestavení samotného nápojového lístku, na jehož základě bude vytvořena objednávka, která bude zaslána našim smluvním dodavatelům, jež se postarají o dodání zboží. Seznam nabízených nápojů, které budou obsaženy v nápojovém lístku vytvořeném reklamní agenturou, je součástí příloh tohoto dokumentu (Příloha P IX).

Položka zásoby shrnuje všechno ostatní vybavení výše nezařazené jako například čisticí a úklidové prostředky, ubrousky, dekorativní předměty pro přípravu míchaných nápojů aj.

*Tab. 16. Rozpočet nákladů na pořízení zboží a zásob v Kč (Vlastní zpracování)*

Druh vybavení	Náklady
Zboží	260 000
Zásoby	7 000
<b>Náklady celkem</b>	<b>267 000</b>

### 7.4.3 Personální zabezpečení projektu

Dobře vybraní zaměstnanci společnosti se mohou stát naší konkurenční výhodou před ostatními. Tohoto faktu jsme si vědomi a sázíme na něj. Procesu výběru a přijímání zaměstnanců budeme tedy věnovat zvýšenou pozornost. Cílem společnosti je zajištění kvalifikovaného, vždy příjemného a ochotného personálu. Poté bude kladen důraz na zlepšování dovedností,



prohlubování znalostí a na osobní rozvoj každého zaměstnance, čehož bude dosahováno díky účasti na seminářích, školeních a kurzech.

Společníci se dohodli pro vytvoření 4 pracovních míst, a to konkrétně místa kuchaře, dvě místa pro číšníka či servírku a místo pro manažera provozu, jímž se stala Veronika Novoměstská, která je zároveň ustanovena i odpovědným zástupcem.

Následující část práce obsahuje popis jednotlivých pozic, odhadovanou výši mzdy a jsou zde také stanoveny všeobecné požadavky, které by měl uchazeč o konkrétní místo splňovat.

### **Číšník/Servírka**

Pro tuto pozici jsou vytvořena dvě nová pracovní místa. Náplní práce číšníka či servírky bude:

- přivítání a usazení hostů dle kapacity baru,
- obsluha zákazníků, servírování pokrmů a nápojů,
- vyúčtování dlužných částek,
- příjem a práce s hotovostí, popř. s platebními kartami,
- úklid prázdných sklenic a nádobí ze stolů,
- přijímání a zajišťování online a telefonních rezervací,
- úklid provozovny po skončení pracovní doby,
- provádění inventur,
- poskytování odborných rad.

Předpokládaná výše hrubé měsíční mzdy pro tuto pozice je 13 000,-- Kč a pracovní poměr bude sjednán na dobu určitou s možností prodloužení.

### **Kuchař/Kuchařka**

Z důvodu omezeného provozu kuchyně je vytvořeno prozatím pouze jedno pracovní místo na pozici kuchař/kuchařka. Náplní práce bude:

- příprava jídelního lístku a jeho průběžné inovování,
- zájem o novinky v gastronomii, nadšení pro tento obor,
- příprava objednaných pokrmů,
- pomoc při objednávání surovin,
- odpovědnost za chod kuchyně, dodržování receptur a kvalitu použitých surovin,
- odpovědnost za vybavení kuchyně a péče o něj,

- nutnost znalosti hygienických standardů a jejich dodržování,
- úklid prostor kuchyně v průběhu pracovní doby i po jejím skončení.

Předpokládaná výše hrubé měsíční mzdy pro tuto pozici je 14 000,-- Kč a pracovní poměr bude sjednán na dobu určitou s možností prodloužení. V případě projevení zájmu o přípravu pokrmů jsou společníci rozhodnuti v budoucnu provoz kuchyně rozšířit a přijmou dalšího kuchaře.

### **Manažer provozu**

Manažer provozu se stará o celkový chod podniku, proto by se mělo jednat o kvalifikovaného odborníka s praxí. Tuto pozici v našem případě bude zastávat Veronika Novoměstská, která je i odpovědným zástupcem. Její vzdělání i pracovní zkušenosti odpovídají požadavkům na tuto pozici, jimiž jsou:

- starost o celkový provoz podniku,
- znalost účetní problematiky a starost o hospodářský výsledek,
- motivování pracovníků, jejich hodnocení, řízení a koordinace,
- rozvržení pracovních směn,
- objednávání zásob na sklad, jejich průběžná kontrola,
- řešení reklamací, stížností, starost o příjemné pracovní prostředí,
- zastupování společníků v provozních záležitostech a v rámci udělených pravomocí,
- komunikace s dodavateli a zákazníky,
- průzkum trhu, zjišťování informací o konkurenci,
- zajištění zpětné vazby od zákazníků baru a zjištění informací o spokojenosti.

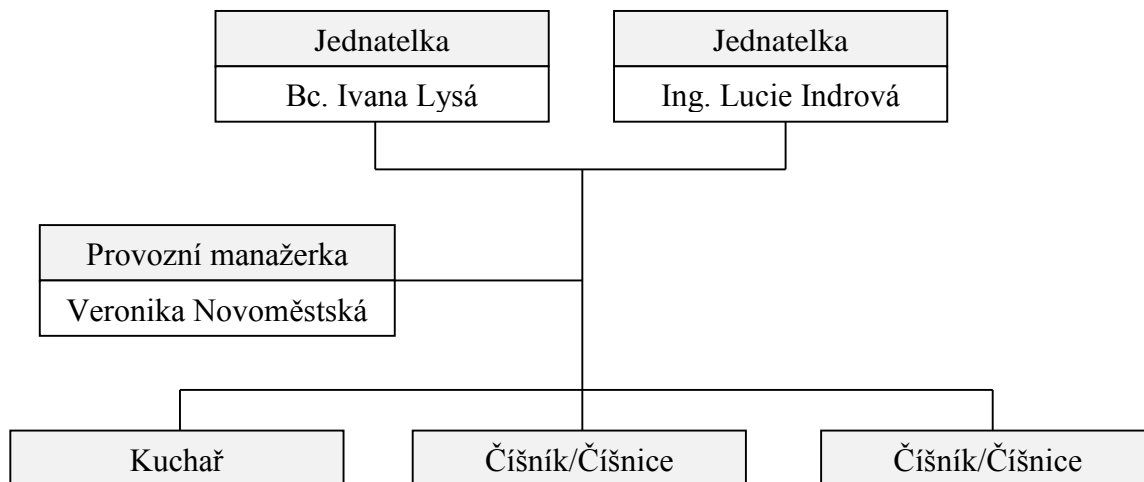
Nabízené hrubé měsíční ohodnocení je 19 000,-- Kč a pracovní poměr bude uzavřen na dobu neurčitou.

Výše mezd odpovídá průměru vypočteným pro Jihomoravský kraj a konkrétní pozici. Všeobecnými požadavky, které by měl splňovat každý zaměstnanec, jsou např. získání výučního listu v oboru, praxe v oboru, bezúhonnost, svéprávnost.

V případě nutnosti (soukromé akce, nemoc zaměstnance aj.) budou přijímáni brigádníci v rámci dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr.

## Organizační struktura

Následující organizační struktura zobrazuje zařazení jednotlivých pozic dle hierarchického uspořádání, ze kterého plynou vztahy nadřízenosti a podřízenosti.



Obr. 17. Organizační struktura společnosti GOODY Bar, s. r. o. (Vlastní zpracování)

### 7.4.4 Harmonogram činností projektu

Proto, abychom mohli efektivně naplánovat jednotlivé činnosti směřující k založení a bezproblémovému zahájení provozu baru, je nutné vytvořit časový harmonogram projektu, tedy přehledný seznam jednotlivých činností projektu s jejich časovým ohraničením a určením doby jednotlivých činností.

Díky takovému seznamu získáme přehled o všech činnostech a datech jejich uskutečnění. Časový harmonogram pro účely této práce byl vypracován v programu GanttProject a je obsahem jedné z příloh zařazených v závěru této práce (Příloha P X). Pro přehlednost není u všech dat uveden rok uskutečnění činnosti. Všechny kroky probíhaly v roce 2015, kromě analýzy trhu, která započala již v říjnu roku 2014.

## 7.5 Marketingový plán

Součástí podnikatelského záměru by měl být i marketingový plán, který může být klíčovým předpokladem pro zajištění úspěchu nově vstupující firmy na trh. Obsahovou náplní plánu jsou jasně definované marketingové cíle, strategie a nástroje, za jejichž pomocí chceme stanovených cílů dosáhnout. Nezbytností je vyčíslení marketingových nákladů a nesmí chybět ani vyhodnocení plnění stanovených cílů, jejich kontrola, popř. aktualizace.

### 7.5.1 Marketingové cíle

Při definování konkrétních marketingových cílů bylo bráno v potaz, že se jedná o nově vznikající společnost vstupující na trh. Dále byly cíle stanovy tak, aby korespondovaly s posláním a s podnikovými cíli.

Pro účely naší společnosti byly definovány následující marketingové cíle:

- dosažení denní návštěvnosti baru čítající alespoň 35 zákazníků a měsíční návštěvnosti čítající alespoň 1100 zákazníků,
- dosažení alespoň 20% převahy ročních tržeb nad náklady,
- dosažení tržeb z prodeje belgického piva přesahující náklady alespoň o 25 %,
- dosažení denní návštěvnosti webu čítající alespoň 100 reálných uživatelů v prvních 3 měsících ode dne zahájení činnosti,
- zajištění alespoň 1 zmínky měsíčně, ať už v tištěných či elektronických médiích, týkající se naší společnosti,
- kompletní zajištění alespoň jedné soukromé akce za měsíc.

### 7.5.2 Marketingová strategie a marketingový mix

Marketingová strategie představuje cestu vedoucí k dosažení marketingových cílů. Zároveň je také nástrojem, kterým ovlivňujeme hodnocení a přijímání naší společnosti trhem a specifikujeme vztah k našim zákazníkům. Naše marketingová strategie bude stanovena definováním a konkretizováním jednotlivých částí marketingového mixu, které by poté jako celek měli vést nejen k dosažení stanovených marketingových cílů, ale také k zajištění určité výše prodeje a možnosti získání konkurenční výhody.

Mezi samostatné nástroje marketingového mixu služeb patří produkt, cena, distribuce, marketingová komunikace, lidé, materiální předpoklady a procesy.

#### **Produkt/Služba**

Goody bar je společností poskytující služby v pohostinství. Tyto služby jsou spojeny s nabídkou velkého množství alkoholických i nealkoholických nápojů a přípravou pokrmů pouze z kvalitních surovin. Kompletní seznam poskytovaných služeb a jejich popis je součástí kapitoly 7.2.3 Předmět podnikání.

## **Cena**

Ceny nápojů budou vycházet z jejich nákupních cen, ke kterým se připočítá stanovená přírůžka, jejíž výše se bude pohybovat individuálně od 10 – 25 %. Protože jsme společností, která nově vstupuje na trh, budeme se snažit nastavit ceny porovnatelné s konkurencí. Ceny pokrmů budou stanoveny za pomoci využití kalkulace úplných nákladů.

Pro zákazníky budou připravovány pravidelné slevové akce, kdy si jejich oblíbený nápoj budou moci zakoupit za nižší cenu, než uvádí základní ceníky.

## **Distribuce**

Místem, kde se bude odehrávat distribuce našich služeb, je nově vybudovaná provozovna, jejíž podrobný popis obsahuje kapitola 7.4.1 Místo podnikání. Jelikož jsou naše služby pevně svázány s výběrem hmotného produktu v podobě nápoje či jídla, tento bude zákazníkům umožněn prostřednictvím jídelních a nápojových lístků volně dostupných v prostorách provozovny. Nápojový lístek pro belgická piva bude zpracován zvlášť s odlišným a atraktivním designem. Jeho obsahem bude kromě názvu, cen a určení množství, také důkladný popis jednotlivých piv a jejich fotografie.

## **Marketingová komunikace**

Marketingová komunikace nebo také propagace označuje cesty, kterými oslovujeme naše zákazníky a pomocí nichž s nimi komunikujeme. Konkrétním výběrem způsobů propagace a pečlivou přípravou poskytovaných informací můžeme ovlivňovat vnímání našeho podnikání veřejností a do jisté míry napomoci vytvoření pozitivního názoru na něj.

Způsoby propagace byly zvoleny s ohledem na finanční náročnost jednotlivých variant a tak, aby směřovaly k oslovení co nejširšího spektra našich potenciačních zákazníků.

## ***Webové stránky a firemní facebooková stránka***

Pravděpodobně nejsilnějším marketingovým nástrojem v současné době jsou webové stránky a využití sociálních sítí, v našem případě konkrétně pak Facebooku. Tvorbou a správou webových stránek bude pověřena osoba, jež tyto služby poskytuje za přijatelné ceny a podniká na živnostenský list. Na webových stránkách budou moci uživatelé najít základní informace o naší společnosti, o službách, cenách, nabídce baru, součástí bude také on-line rezervační systém, fotogalerie a kontaktní formulář.

Firemní facebooková stránka bude vytvořena a spravována oběma společníky. Tito zde budou uživatele informovat o všech novinkách souvisejících s naším podnikem a připravovaných akcích. Stránka umožní také sdílení fotografií, názorů a postřehů našich zákazníků.

### ***Reklamní letáky***

Tento způsob propagace byl zvolen především z důvodu, že jsme novou společností vstupující na trh a je tedy velmi důležité dát světu o sobě vědět. Cílem osobní distribuce letáčků je zajištění prvotního kontaktu a seznámení potenciálních klientů s naší společností a poskytovanými službami, zaujmout a přilákat. Letáky budou vytvořeny reklamní agenturou. Kromě názvu baru, adresy a plánovaného konceptu, bude jejich obsahem i informace o datu otevření a nabízených službách.

Další varianta letáků, které se společnost rozhodla vytvořit a distribuovat, bude informovat o plánovaných akcích a vystoupeních v našem baru. Mělo by se jednat o menší množství a k dispozici budou v prostorách baru.

### ***Cedule na provozovnu, vývěsní štít, razítko***

O pořízení vývěsního štítu bylo rozhodnuto především z důvodu jasné identifikace umístění provozovny. Bude vyroben na zakázku specializovanou společností, která se postará i o originální návrh do jisté míry korespondující s vnitřním vybavením baru, ale upraveným tak, aby zapadl do okolí před prostranstvím provozovny.

Vedle vstupních dveří bude připevněna reklamní tabule, která bude sloužit pro informování o akcích a denní nabídce. Budou také zhotovena dvě firemní razítka se základními identifikačními údaji.

### ***Firemní trička a polet firemního auta***

Pro zajištění lepší identifikace obsluhy baru necháme vyrobit trička s názvem a logem společnosti.

Reklamní agentura navrhne nálepku s názvem, logem a informací o umístění sídla provozovny, která umístíme na firemní automobil.

### **Lidé**

Protože jsme si vědomi, že lidé jsou klíčovým faktorem úspěchu podniku poskytující služby, budeme jim věnovat maximální pozornost. Více informací o pracovních místech, popisu

jednotlivých pozic, o zaměstnancích, přístupu k nim a k jejich odbornosti obsahuje kapitola 7.4.3 Personální zabezpečení projektu.

### **Materiální předpoklady**

Provozovna baru bude nově a vkusně zařízena tak, aby připomínala starou, ale moderní anglickou hospůdku. Bude zde velký bar s barovými stoličkami, několik stolů a židlí, malé podium, krb. Pro veškeré vybavení budou voleny přírodní materiály. Vzhled provozovny a její vybavení je podrobně popsáno v kapitolách 7.4.1 Místo podnikání a 7.4.2 Materiální zabezpečení projektu.

### **Procesy**

Za základní a nejdůležitější činnost probíhající v naší společnosti byl zvolen proces Vyřízení objednávky. Tento se skládá z několika kroků, konkrétně z příjmu objednávky, její registrace, vypořádání a následného inkasování za objednávku. Ostatními identifikovanými podpůrnými procesy umožňující proběhnutí Vyřízení objednávky jsou například objednávání zboží u dodavatelů, příprava pokrmů, organizování akcí aj.

Snahou společnosti je jednotlivé procesy zefektivňovat, pokud možno zkracovat a zdokonaľovat.

### **7.5.3 Marketingové náklady**

Nepostradatelnou součástí marketingového plánu je i tvorba rozpočtu marketingových nákladů, které vyvolávají především způsoby zvolené marketingové propagace. Rozpočet marketingových nákladů naší společnosti vyčísľuje následující tabulka (Tab. 17).

*Tab. 17. Rozpočet marketingových nákladů v Kč (Vlastní zpracování)*

<b>Název činnosti</b>	<b>Náklady</b>
Zřízení a správa webových stránek	4 000
Návrh a tisk 700 ks reklamních letáků	2 050
Zhotovení a instalace vývěsního štítu	2 300
Pořízení reklamní tabule	500
Pořízení firemního razítka	300
Pořízení firemních triček	880
Výroba polepu auta	1 200
<b>Náklady celkem</b>	<b>11 230</b>

#### 7.5.4 Kontrola marketingových cílů

Abychom byli schopni vyhodnotit úroveň plnění stanovených cílů, musíme zajistit jejich průběžnou kontrolu. Ta bude probíhat pomocí sledování počtů návštěvníků, výkonnosti webu, monitoringu médií a vyhodnocováním objemu prodejů, výše tržeb a nákladů. Za tímto účelem budou zpracovány statistiky a reporty, které umožní lepší porovnání mezi skutečným a plánovaným stavem. Velkou výhodou při těchto činnostech je pořízení pokladního a restauračního systému, který právě některé druhy těchto statistik umí zpracovat díky zabudovaným a přednastaveným funkcím.

### 7.6 Zakladatelský rozpočet

Sestavujeme-li podnikatelský plán pro založení nové společnosti, jednou s jeho částí musí být i zakladatelský rozpočet, ve kterém jsou kvantifikovány všechny potřebné výdaje nutné k zahájení podnikání a založení společnosti. Také z něj zjistíme, jakými prostředky disponujeme a kolik z nich můžeme investovat. Protože na začátku podnikání výdaje dalece přesahují příjmy, na základě jednoduchého porovnání stran rozpočtu zjistíme výši kapitálu, kterou musíme zajistit z vnějších zdrojů.

#### 7.6.1 Strana potřeb finančních zdrojů

Všechny výdaje, které společnosti vznikly před zahájením podnikání, jsou definovány a vyčísleny v předchozích kapitolách. Tyto hodnoty budou přeneseny do souhrnné tabulky (Tab. 19), předtím je však nutné pro úplnost vyčíslit výdaje potřebné na zahájení podnikatelské činnosti za první měsíc, které zobrazuje následující tabulka (Tab. 18).

*Tab. 18. Rozpočet výdajů na zahájení podnikatelské činnosti  
v Kč (Vlastní zpracování)*

Určení typu výdaje	Výdaj
Nájemné	19 000
Služby	1 100
Mzdy	59 000
Zákonné odvody ze mzdy	20 060
Energie	13 000
<b>Náklady celkem</b>	<b>112 160</b>



Tab. 19. Souhrnný rozpočet potřeby finančních zdrojů v Kč  
(Vlastní zpracování)

Určení typu výdaje	Výdaj
Výdaje na založení a vznik společnosti	17 350
Projektová dokumentace	6 000
Stavební výdaje	208 000
Vybavení provozovny	558 200
Vybavení kanceláře	6 050
Vybavení skladu	5 600
Vybavení toalet	4 310
Pořízení zboží a zásob	267 000
Marketingové výdaje	11 230
Výdaje na zahájení podnikatelské činnosti	112 160
Rezervní přírážka ve výši 5%	59 795
<b>Náklady celkem</b>	<b>1 255 695</b>

Při vyčíslování všech nákladů byla využita tzv. pesimistická varianta sestavování rozpočtu, tzn. že, veškeré výdaje jsou nadhodnoceny v rozmezí od 3 – 5 % skutečné výše předpokládaných výdajů a rozpočet je také pro jistotu navýšen o rezervní přírážku. V příštích letech budu kalkulovat s nárůstem cen energií vždy o 5 %.

Souhrnný rozpočet potřeby finančních zdrojů obsahuje nikde nezmiňovanou položku Projektová dokumentace, pod kterou se skrývá odměna architektovi, který projektovou dokumentaci vypracoval.

Výše položky Pořízení zboží a zásob byla vypočtena na základě odhadu návštěvnosti baru a stanoveného jídelního a nápojového lístku. Předpokládá se však, že v prvním měsíci bude objednávka zboží největší. Předmětem objednávky bude veškeré zboží obsaženo v nápojovém lístku. Poté již budeme jen doplňovat zboží, které spotřebujeme a ne veškeré zboží jako při této objednávce. Velkou položku tvoří i pořizovací cena belgických lahvových piv, kterých objednáme velké množství z důvodu předpokládané vysoké poptávky tohoto zboží po zahájení provozu podniku. Tento krok si můžeme dovolit především díky tomu, že se jedná o zboží s dlouhou dobou trvanlivosti a disponujeme vhodnými prostory k jeho uskladnění, proto se nemusíme obávat dodatečných nákladů vznikajících v případě, že by se toto zboží neprodalo hned v prvním měsíci podnikání. Výhodou bude získání množstevní slevy, kterou dodavatel nabízí. Odhadovaná výše výdajů na pořízení zboží v dalších měsících se tedy pohybuje okolo 82 000 Kč.

### 7.6.2 Strana zdrojů financování

Financování podniku může být zajištěno z vlastních a cizích zdrojů. V našem případě bude použito jediného vlastního zdroje, tzn. základního kapitálu. Protože však výše těchto prostředků nepokrývá potřebu výdajů, které jsme vyčíslili v předchozí tabulce (Tab. 19), vedení společnosti rozhodlo o potřebě využití bankovního úvěru. Ten bude poskytnut Komerční bankou ve výši 880 tis. Kč za 9,5% úrok na dobu 6 let. Splátkový kalendář našeho úvěru obsahuje příloha (Příloha P XI).

*Tab. 20. Zdroje financování pro zahájení podnikání v Kč (Vlastní zpracování)*

<b>Zdroj financování</b>	
Vlastní kapitál	400 000
Podnikatelský úvěr	880 000
<b>Dostupné finanční prostředky celkem</b>	<b>1 280 000</b>

Při zpracování zakladatelského rozpočtu nemůžeme počítat se zdroji ze samofinancování, tedy s tržbami, protože při zahájení podnikatelské činnosti žádných nedosahujeme.

## 7.7 Finanční plán

Obsahovou náplní finančního plánu jsou finanční výkazy. Protože se jedná o dlouhodobý plán, tyto výkazy se připravují s výhledem na minimálně 3 následující účetní období. Zpracováním těchto plánů získáme představu o finančních možnostech společnosti.

Proto, abych byla schopna sestavit plánované finanční výkazy, je nutné identifikovat všechny náklady společnosti, které již vznikly nebo v budoucnu teprve vzniknou. Jedny z hlavních nákladů, které budou vznikat, a již o nich víme, jsou odpisy dlouhodobého majetku. Tyto byly vyčísleny za pomoci vyplnění karet dlouhodobého majetku (Příloha P XII), kde je vždy definován konkrétní druh majetku, jeho zařazení do odpisových skupin, způsob odepisování a následně je vypočtena výše každoročního odpisu.

Dalším krokem bylo sestavení zahajovací rozvahy, jež je zobrazena v tabulce níže (Tab. 21). Tato rozvaha je vytvořena ke dni 15. 7. 2015, což je den založení společnosti. Druhá zahajovací rozvaha, byla pro přehlednost a soukromé účely společníků, sestavena ke dni zahájení podnikatelských aktivit, tedy k 1. 9. 2015 (Příloha P XIII).

Tab. 21. Zahajovací rozvaha společnosti GOODY Bar, s. r. o. (Vlastní zpracování)

Zahajovací rozvaha společnosti GOODY Bar, s. r. o. ke dni 15. 7. 2015			
Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý hmotný majetek	70 000	Základní kapitál	481 000
Dlouhodobý drobný hmotný majetek	11 000		
Finanční majetek	400 000		
<b>Aktiva celkem</b>	<b>481 000</b>	<b>Pasiva celkem</b>	<b>481 000</b>

Sestavení výkazu zisku a ztrát se opírá o plán tržeb, jenž je znázorněn v tabulce (Tab. 22) a vykalkulován na následující 3 účetní období.

Protože zahájení provozování činnosti je naplánováno na 1. 9. 2015, byl tento den schválen jako počátek hospodářského roku pro účely účetnictví. Toto období pak končí 31. 8. 2016.

Plán byl sestaven tak, aby vycházel z podnikových i marketingových cílů a cenové strategie. Pro účely této práce byl vypracován provizorní nápojový lístek (Příloha P IX). Ceny zboží v něm uvedeném byly stanoveny na základě průzkumu konkurenčních cen a dle výše pořizovacích nákladů. Součástí ceny každého jednotky poskytovaného nápoje je i přírážka ve výši od 10 – 25 % nákupní ceny daného zboží. Dalším důležitým podkladem pro stanovení plánu tržeb je objem prodejů. Při jeho stanovení v našem případě vycházím z kapacity podniku (60 osob), marketingového cíle, který stanovuje minimální denní návštěvnost 35 zákazníků a měsíční 1 100 zákazníků, a také z předpokládané výše útraty každého zákazníka, kterou jsem schopna odhadnout díky výsledkům dotazníkového šetření. Zde na otázku týkající se výše útraty celých 77 % respondentů odpovědělo, že jsou ochotni utratit více než 200 Kč. Po důkladném zvážení a propočtech budeme tedy kalkulovat s průměrnou výší útraty 210 Kč na jednoho zákazníka a návštěvu.

V letech 2016 a 2017 předpokládám navýšení počtu zákazníků nejdříve o 15 % a pak o 4 %. Tento odhad vychází z kapacitních možností podniku a marketingové strategie.

Tab. 22. Plán tržeb společnosti GOODY Bar, s. r. o. (Vlastní zpracování)

Rok	2015	2016	2017
Počet zákazníků	13 200	15 180	15788
Průměrná útrata jednoho zákazníka	210	210	210
Tržby za sledované období v Kč	2772000	3187800	3315480

Na základě všech stanovených nákladů a tržeb byly poté vypracovány samotné plánované výkazy společnosti v pořadí výkaz zisku a ztrát, přehled finančních toků Cash-flow a rozvaha. Tyto je možné nalézt v příloze dokumentu (Příloha P XIV).

## 7.8 Analýza rizik

Při implementaci projektu mohou vznikat různá rizika, která mohou ovlivnit naplánované činnosti a cíle. Nejlepším způsobem jak se před rizikem chránit je jejich identifikace, vyhodnocení, průběžná kontrola a reakce v podobě optimalizace či realizací nápravných opatření. Největší riziko představuje takové, s kterým nepočítáme.

Následující tabulka (Tab. 23) obsahuje seznam rizik, která mohou představovat hrozbu právě pro náš projekt a podnikání. U každého z identifikovaných rizik byla vyhodnocena možná pravděpodobnost jejího výskytu a také byla posouzena závažnost dopadů na společnost a projekt při jejich reálném výskytu. Rizika ohodnocena hodnotou dopadu 1 – 2 je nutné považovat za velmi kritická a je třeba jim věnovat velkou pozornost. Rizika, jimž byly přiřazeny hodnoty 3 – 5, můžeme považovat za neutrální či zanedbatelná. I těmto rizikům však musíme věnovat pozornost.

Tab. 23. Analýza rizik projektu (Vlastní zpracování)

Identifikované riziko	Odhad pravděpodobnosti výskytu rizika (v %)	Dopad
Nedostatek odbornosti zakladatelů	30	3
Překročení rozpočtu	20	2
Nedodržení časového harmonogramu	20	3
Sezónnost poskytovaných služeb	40	4
Nezájem o nabízený sortiment belgických piv	35	3
Růst cen surovin a energií	75	2
Nedostatek zákazníků	50	1

V případě, že známe rizika, můžeme ke každému z nich definovat plánovaná opatření, v rámci nichž stanovíme, jakým způsobem se těmto rizikům vyhnout či jak budeme v případě jejich skutečného výskytu postupovat.

- Nedostatek odbornosti zakladatelů je kompenzován znalostmi odpovědného zástupce, který zároveň působí na pozici manažera provozu. Veškeré záležitosti týkající se provozního zabezpečení jsou diskutovány. Společníci v těchto věcech nebudou nerozhodovat sami.
- Překročení rozpočtu může vyvolat velmi závažné komplikace v průběhu realizace podnikatelského záměru. Tomuto riziku se snažíme předcházet implementací tzv. pe-

simistické varianty rozpočtování, kdy všechny odhadované výdaje a náklady nadhodnocujeme, a také tím, že si snažíme udržet neustále určitou výši rezervních finančních zdrojů.

- Riziku nedodržení termínů stanovených časovým harmonogramem budeme předcházet snahou o jeho maximální dodržení. Pro případ, že by se nám nedařilo dodržet plánem stanovené termíny, byly tyto již v průběhu sestavení harmonogramu doplněny určitou časovou rezervou, která vždy umožňuje učinění dané aktivity v pozdějším datu bez vzniku škod.
- Při průzkumu trhu byla zjištěna i sezónnost, která se vyskytuje v poskytování pohostinských služeb. Konkrétně se jedná o snížení návštěvnosti v letních měsících, kdy lidé pravděpodobně upřednostňují účast na akcích konaných ve venkovních prostorech. Tento problém budeme řešit zvýšenou snahou pořádání slevových a kulturních akcí v měsících červen – září, popř. budeme zvažovat otevření venkovní zahrádky, která je součástí nájemních prostor, ale se kterou zatím při zahájení činnosti podniku nepočítáme.
- V případě nezájmu zákazníků o nabízený sortiment belgických piv, přistoupíme k redukci nabízeného množství a vyřadíme ty nejméně oblíbené, popř. zvýšíme objednávky těch, co jdou nejvíce na odbyt a můžeme se snažit o výběr nových značek a piv podobajících se favoritům.
- Riziko růstu cen surovin a energií je neustále velmi aktuálním a může mít velké dopady na finanční situaci podniku a také na změny v cenách nabízených služeb. Z tohoto důvodu se budeme snažit orientovat na tuto problematiku, budeme sledovat statistiky a predikce. V případě velkého zvýšení cen nakupovaného zboží můžeme změnit jeho dodavatele. Výhodou je, že dodavatelů zboží, které potřebujeme pro naše podnikání, existuje nespočet.
- Nedostatek zákazníků může být v našem případě likvidační. Tomuto riziku budeme věnovat maximální pozornost. Naším řešením je zákazníky přilákat, zaujmout a udržet. Tohoto chceme dosáhnout tím, že nabízíme moderní a pěkný interiér, netradiční služby, netradiční nápoje. Budeme pořádát slevové a kulturní akce, zjišťovat přání a názory našich zákazníků, budeme se snažit být inovativní a neustále o krok před konkurencí.

## 7.9 SWOT analýza

SWOT analýza je nástrojem sloužícím pro identifikaci podnikového prostředí. Proces jejího vypracování můžeme rozdělit na dvě hlavní části. V první z nich se zaměříme na analýzu interního prostředí podniku, z něhož vyplynou jeho silné a slabé stránky. Druhá část bude orientována na vnější okolí podniku a výsledkem bude stanovení příležitostí a hrozeb, které mohou pozitivně či negativně ovlivnit naše působení na trhu.

Výsledky SWOT analýzy jsou pro přehlednost uspořádány do jednoduché matice, která je na obrázku níže (Obr. 18).

Silné stránky	Slabé stránky
Inovativnost a netradičnost Proaktivní přístup vedení Vzhled interiéru Příjemné a nekuřácké prostředí Lokalizace a výborná dostupnost Nabídka nápojů a občerstvení Vystoupení neznámých umělců Používané suroviny Vysoce profesionální tým zaměstnanců	Specifická orientace nabídky Pronajaté prostory Nezkušené vedení podniku Vysoké počáteční náklady Zadlužení podniku
Příležitosti	Hrozby
Rozvoj cestovního ruchu Zvyšování atraktivnosti Jihomoravského kraje Budování cyklostezek Dostatek pracovních sil Nespokojenost s dosavadní nabídkou služeb Nespokojenost se současnými podniky	Možnost vstupu nové konkurence Možnost změn (navýšení) cen vstupů Stávající konkurence Legislativní změny Vysoká nezaměstnanost obyvatel kraje

Obr. 18. SWOT analýza společnosti GOODY Bar, s. r. o. (Vlastní zpracování)

Z výsledků SWOT analýzy vyplývá, že vedení úspěch svojí firmy a podnikání staví především na proaktivním přístupu, orientaci na zákazníka, na svých zaměstnancích, prostředí, vzhledu interiéru a nabídce. Budování a rozvoj těchto stránek vyplývá i ze stanovených podnikových cílů.

Nevýhodami našeho podniku je podnikatelský úvěr, k jehož čerpání jsme byli donuceni vysokými počátečními náklady na zajištění provozuschopnosti podniku. Za určité oslabení můžeme také považovat nezkušenost vedení podniku s podobnými projekty a specifickou orientaci nabídky (týká se belgických piv), u které si nemůžeme být jistí poptávkou po nich.

Podnikání v pronajatých prostorách vyvolává měsíční náklady, které bychom mohli v případě vlastních prostor ušetřit.

Při vyhodnocení příležitostí, kterých podnik může v budoucnu využít a které mohou napomoci rozvoji našeho podnikání, jsme zjistili, že tyto plynou především z rozvoje cestovního ruchu a s ním spojeným budováním cyklostezek, a také z nespokojenosti zákazníků se současným množstvím a typem podniků v Hodoníně a jejich nabídkou.

Na vysokou nezaměstnanost pro účely analýzy nahlížíme ze dvou pohledů. V prvním ji považujeme jako příležitost, kdy máme na výběr z velkého množství osob, ze kterých můžeme vybrat ideálního adepta pro volné pozice v našem baru. Z druhého pohledu nezaměstnanost vnímáme jako hrozbu, protože z průzkumů vyplývá, že nezaměstnaní lidé sice nepijí alkohol méně než zaměstnaní, ale upřednostňují konzumaci alkoholu doma a jeho nákup v obchodech za nižší pořizovací ceny.

Typickou hrozbou tohoto odvětví je konkurence, ať už stávající nebo nově vstupující na trh. Negativní vliv na naše podnikání může mít i zvyšování cen vstupů a legislativní změny v podobě restriktivních zákonů, zvyšování daní atd.

## 7.10 Závěrečné shrnutí projektu

Druhá polovina praktické části diplomové práce byla věnována vypracování konkrétního projektového řešení založení podniku služeb v pohostinství a vyplývají z ní následující závěry:

- Podnik služeb je založen jako společnost s ručením omezeným a do obchodního rejstříku bude zapsán dne 10. 6. 2015 pod názvem GOODY Bar.
- Sídlem společnosti a zároveň místem provozování živnosti je obchodní dům IRO ve městě Hodonín, jehož přesná adresa je Masarykovo nám. 1654/15.
- Získaný výpis z živnostenského rejstříku opravňuje společnost podnikat v oboru hostinská činnost a umožňuje pořádání kulturních produkcí a zábav.
- Společnost je zakládána společenskou smlouvou dvěma společníky, kteří do společnosti vložili peněžní a nepeněžní vklady v celkové hodnotě 481 000 Kč.
- Posláním společnosti je uspokojování potřeb a přání zákazníků poskytováním kvalitních služeb spojených s konzumací dobrého nápoje a občerstvení v příjemném a klidném prostředí.

- Mezi hlavní poskytované služby patří nabídka alkoholických a nealkoholických nápojů, příprava a prodej míchaných nápojů, nabídka výběrových belgických pív, pořádání kulturních vystoupení a tematických večerů.
- Společnost učinila všechny nutné kroky vedoucí k jejímu oficiálnímu vzniku. Se vznikem společnosti je spojeno vynaložení finančních prostředků, tzv. zřizovacích výdajů, ve výši 17 350 Kč.
- Následně byly také splněny veškeré registrační a oznamovací povinnosti.
- Ke svému podnikání společnost pronajala prostory o celkové výměře 220 m<sup>2</sup> za měsíční nájemné 19 000 Kč.
- S uvedením pronajatých prostor do provozuschopného stavu souvisí úprava interiéru v hodnotě 208 000 Kč a zajištění provozního materiálu a technického vybavení ve výši 574 160 Kč.
- Proběhne objednání a vyskladnění zboží a zásob na zajištění měsíčních prodejů za cenu 267 000 Kč. Průměrná cena objednaných zásob by v dalších měsících měla dosahovat 82 000 Kč.
- Ze sjednaných smluvních závazků společnosti vyplývají celkové měsíční náklady 14 100 Kč, jež shrnují poplatky za poskytování wi-fi připojení, tarif za poskytování telekomunikačních služeb a energie, u nichž očekáváme každoroční 5% nárůst cen.
- Společníci se dohodli na zřízení 4 nových pracovních míst, konkrétně na pozice kuchař, číšník/servírka a manažer provozu. Mzdové náklady jsou vyčísleny na 59 000 Kč za měsíc a povinné odvody za zaměstnance činí 20 600 Kč měsíčně. V případě nutnosti společníci přijmou brigádníky na dohody o pracích konaných mimo pracovní poměr.
- Pomocí marketingového plánu byly definovány způsoby propagace, které chceme využívat. Těmito jsou webové stránky, facebooková skupina, reklamní letáky, reklama na automobilu a firemní trička s logem společnosti. Náklady na propagaci dosahují výše 11 230 Kč.
- Na základě zpracování zakladatelského rozpočtu byla vyčíslena potřeba finančních zdrojů ve výši 1 255 695 Kč. Tyto budou pokryty částečně základním kapitálem společnosti a bankovním úvěrem, který jsme získaly od banky. Jeho výše činí 880 000 Kč a byl poskytnut s 9,5% úrokovou sazbou na dobu 6 let.
- Díky stanovení měsíčního počtu návštěvníků a odhadu průměrné útraty na jednoho zákazníka bylo možno sestavit plán tržeb na následující 3 hospodářské roky. Roční



tržby dosahují v 1. roce výše 2 772 000 Kč, ve 2. roce 3 187 800 Kč a v roce posledním činí výše tržeb 3 315 480 Kč. V rámci těchto výpočtů je předpokládán meziroční nárůst zákazníků nejdříve o 15 % a poté o 4 %.

- Z vypracovaných finančních výkazů společnosti vyplývá, že společnost vykazuje kladný výsledek hospodaření ve všech 3 letech sledovaného období. Výše výsledku hospodaření byla nejprve 79 060 Kč, poté 530 409 Kč a v posledním roce vzrostla na hodnotu 637 668 Kč.
- Dle ustanovení společenské smlouvy jsou peněžní prostředky postupně přidělovány do rezervního fondu.
- Největší rizika jsou spatřována v nedostatečném zájmu zákazníků o naše služby, v nedostatku finančních prostředků a v možném růstu cen surovin a energií. Byla identifikována i méně závažná rizika, kterým však budeme také věnovat pozornost.
- Z výsledků SWOT analýzy vyplynulo, že úspěch naší společnosti stavíme především na kreativité, inovacích, interiéru provozovny, nabídce služeb a na zaměstnancích. Příležitosti spatřujeme v rozvoji cestovního ruchu a nespokojenosti návštěvníků se stávajícími podniky a s jejich službami. Největší hrozbou pro náš podnik je konkurence. Mezi slabé stránky řadíme např. zadlužení společnosti či nezkušené vedení.
- Pro lepší názornost, přehlednost a orientaci v termínech byl vypracován časový harmonogram projektu obsahující veškeré činnosti.

## ZÁVĚR

Založení podnikání a jeho úspěšné udržení či dokonce expanze je snem mnohých lidí. K dosažení tohoto cíle však vede dlouhá a strastiplná cesta, jejíž součástí je všudypřítomná hrozba neúspěchu.

Samotný proces založení a vzniku společnosti se čeští zákonodárci snaží neustále zjednodušovat a ulehčovat. Přesto, díky velkému množství doprovodných činností a úkolů souvisejících se skutečným zahájením podnikání, které je potřeba zařídit, zorganizovat a vykonat, se v konečném důsledku stále jedná o relativně komplikovaný sled činností a postupů vyžadujících určité znalosti, dovednosti a aktivní přístup zakladatele.

Základem úspěchu podnikání je posouzení možnosti realizace podnikatelského záměru, jež vychází z důkladně provedeného průzkumu trhu, a kvalitní vypracování podnikatelského plánu.

Cílem mé diplomové práce bylo zpracování projektového řešení založení podniku služeb v pohostinství ve městě Hodonín, jež mělo vycházet z teoretických poznatků stanovených na základě studia odborné literatury.

Teoretická část práce je tedy jakýmsi odrazovým můstkem pro vypracování části praktické. Jsou zde popsány základní pojmy týkající se oblasti podnikání, osvětleny jednotlivé kroky procesu založení a vzniku společnosti tak, aby byla jasně zachycena logická návaznost činností, tedy již od prvotního rozhodnutí stát se podnikatelem, přes výběr právní formy podnikání, provedení analýzy trhu a samotné založení společnosti společenskou smlouvou, až po vznik společnosti deklarováný zápisem do obchodního rejstříku. Podstatnou část tvoří i popis služeb jak z obecného hlediska, tak služeb pohostinských, které jsou naším hlavním předmětem podnikání.

Na část teoretickou navazuje praktická, jež je složena ze dvou vzájemně oddělených celků. První z nich je orientovaný na vypracování analýzy tržního prostředí, jejímž cílem bylo získání co největšího množství relevantních informací, které posloužily k vyhodnocení reálnosti implementace podnikového záměru. Při získávání údajů byly využity nástroje a metodiky k tomuto účelu vytvořeny, konkrétně pak PEST analýza, Porterova analýza pěti sil, kritériální analýza, analýza právní formy a dotazníkové šetření.

Jelikož byl podnikatelský záměr na základě provedených analýz posouzen jako realizovatelný, bylo přistoupeno k vypracování části práce, jejíž náplní je samotné projektové řešení, a tím bylo dosaženo splnění cíle stanoveného v úvodu práce.

V poslední části práce je důkladně popsána charakteristika společnosti, její poslání a cíle. Dále je obsahem určení základních materiálních a personálních zdrojů. Nepostradatelnou součástí je marketingový a finanční plán.

V závěru práce byl celý projekt podroben rizikové analýze a pro identifikaci silných a slabých stránek a příležitostí a hrozeb plynoucích z okolí podniku byla vypracována i SWOT analýza.

Realizací projektu bude docíleno vyplnění identifikované tržní mezery vyplývající z nedostatečného uspokojení potřeb zákazníků využívajících pohostinských služeb ve městě Hodonín.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Bibliografické zdroje

BLAŽKOVÁ, Martina, 2007. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vydání. Praha: Grada, 278 s. ISBN 978-80-247-1535-3.

BROŽOVÁ, Helena et al., 2014. *Modely pro vícekritériální rozhodování*. 1. vydání. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 172 s. ISBN 978-80-213-1019-3.

HISRICH, Robert D a Michael P PETERS, 1996. *Založení a řízení nového podniku*. 1. vydání. Praha: Victoria, 501 s. ISBN 80-85865-07-6.

KEŘKOVSKÝ, Miloslav a Oldřich VYKYPĚL, 2006. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 206 s. ISBN 978-80-717-9453-0.

KOTLER, Philip et al., 2007. *Moderní marketing*. 4. vydání. Praha: Grada, 1041 s. ISBN 978-80-2471-545-2.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vydání. Praha: Grada, 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.

MURRAY-WEBSTER, Ruth a Graham WILLIAMS, 2010. *Management of Risk: Guidance for Practitioners*. 3. vydání. Norwich: Stationery Office, 145 s. ISBN 978-01-1331-274-0.

RUGMAN, Alan M., Simon COLLINS a Richard M. HODGETTS, 2006. *International Business*. 4. vydání. New York: Pearson Education, 664 s. ISBN 978-02-737-0174-3.

SALAČ, Gustav, 1996. *Stolničení*. 1. vydání. Praha: Fortuna, 217 s. ISBN 978-80-716-8333-9.

SHANE, Scott A., 2003. *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus, New horizons in entrepreneurship*. 2. aktualizované vydání. Cheltenham: Edward Elgar, 327 s. ISBN 978-17-810-0799-0.

SRPOVÁ, Jitka et al., 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vydání. Praha: Grada, 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ et al., 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vydání. Praha: Grada, 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

SYNEK, Miloslav, 2010. *Podniková ekonomika*. 5. Aktualizované a doplněné vydání. Praha: C. H. Beck, 498 s. ISBN 978-80-740-0336-3.

SYNEK, Miloslav et al., 2011. *Manažerská ekonomika*. 5. aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada, 480 s. ISBN 978-80-247-3494-1.

ŠIMAN, Josef a Petr PETERA, 2010. *Financování podnikatelských subjektů: Teorie pro praxi*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 192 s. ISBN 978-80-7400-117-8.

TUČKOVÁ, Zuzana, 2013. *Ekonomika služeb*. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 175 s. ISBN 978-80-7478-006-6.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ, 2012. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada, 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

VOCHOZKA, Marek a Petr MULAČ et al., 2012. *Podniková ekonomika*. 1. vydání. Praha: Grada, 570 s. ISBN 978-80-2474-372-1.

ZAMAZALOVÁ, Marcela et al., 2010. *Marketing*. 2. doplněné vydání. Praha: C. H. Beck, 499 s. ISBN 978-80-7400-115-4.

ZÁMEČNÍK, Roman, Zuzana TUČKOVÁ a Petr NOVÁK, 2008. *Podniková ekonomika I*. 1. vydání. Zlín: UTB ve Zlíně, 295 s. ISBN 978-80-7318-701-9.

ZEMÁNEK, Pavel a Jiří KONEČNÝ, 2012. *Malé a střední podnikání*. 1. vydání. Zlín: UTB ve Zlíně, 122 s. ISBN 978-80-7454-114-8.

### **Zákony a ostatní legislativní zdroje**

ČESKO, 1991a. Zákon č. 513 ze dne 5. listopadu 1991 obchodní zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. Částka 98, s. 2474 - 2562. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2510>

ČESKO, 1991b. Zákon č. 455 ze dne 2. října 1991 o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. Částka 87, s. 2122 – 2160 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2499>

ČESKO, 1993. Usnesení č. 2 ze dne 16. prosince 1992 o vyhlášení Listiny základních práv a svobod. In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. Částka 1, s. 17 - 23 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=z&id=22427>

ČESKO, 2008. Nařízení vlády ze dne 23. července 2008 o obsahových náplních jednotlivých živností. In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. Částka 94, s. 4282 – 4389 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=5335>

ČESKO, 2012. Zákon č. 90 ze dne 25. ledna 2012 o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích). In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. Částka 34,

s. 1370 – 1482 [cit. 2015-03-20]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/View-File.aspx?type=c&id=6145>

ČESKO, 2014. Nařízení vlády ze dne 15. září 2014 o minimální mzdě, o nejnižších úrovních zaručené mzdy, o vymezení ztíženého pracovního prostředí a o výši příplatku ke mzdě za práci ve ztíženém pracovním prostředí. In. *Sbírka zákonů České republiky* [online]. Částka 86, s. 2354 [cit. 2015-03-20]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/View-File.aspx?type=z&id=27254>

### Internetové zdroje

Ekonomika, © 2015. *Deník* [online]. Praha [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/ekonomika/pocet-podnikatelu-loni-vzrostl-o-31-tisic-na-2-376-milionu-20150122.html>)

FLEISSIGOVÁ, Jana, 2010. *Doporučená struktura podnikatelského plánu* [online]. Brno [cit. 2015-03-18]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/www/75003/JIC\\_Doporucena\\_struktura\\_podnikatelskeho\\_planu.pdf](http://is.muni.cz/www/75003/JIC_Doporucena_struktura_podnikatelskeho_planu.pdf)

Jak sepsat podnikatelský plán, ©2015. *Nápad roku* [online]. Praha [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.napadroku.cz/radce/jak-sepsat-podnikatelsky-plan/>

Kategorizace, ©2011. *Cestovní ruch* [online]. Svitavy [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/doporuceni.htm>

Nezaměstnanost, ©2002 – 2015. *Integrovaný portál MPSV* [online]. Praha [cit. 2015-03-20]. Dostupné z: <http://portal.mpsv.cz/>

Specifika účtování u různých profesí, ©2015. *Účetní kavárna* [online]. Praha [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.ucetnikavarna.cz/archiv/dokument/doc-d1599v1575-specifika-uctovani-u-ruznych-profesi>

Veřejná databáze ČSÚ, ©2014. *Český statistický úřad* [online]. Praha [cit. 2014-02-28].

Dostupné z:

[http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=ORG5010UU\\_KR&&kapitola\\_id=349](http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=ORG5010UU_KR&&kapitola_id=349)

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

A. S.	Akciová společnost
CRM	Centrální registrační formulář
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DPH	Daň z přidané hodnoty
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
JMK	Jihomoravský kraj
JRF	Jednotný registrační formulář
K. S.	Komanditní společnost
MHD	Městská hromadná doprava
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
S. R. O.	Společnost s ručením omezeným
V. O. S.	Veřejná obchodní společnost

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

<i>Obr. 1. Členění živností .....</i>	15
<i>Obr. 2. Rozdělení obchodních společností.....</i>	18
<i>Obr. 3. Porterův model konkurenčního prostředí.....</i>	24
<i>Obr. 4. SWOT analýza – obecné schéma.....</i>	25
<i>Obr. 5. Podíl nezaměstnaných osob k 31. 12. 2014 v %.....</i>	42
<i>Obr. 6. Grafické vyhodnocení otázky č. 1 .....</i>	57
<i>Obr. 7. Grafické vyhodnocení otázky č. 2.....</i>	57
<i>Obr. 8. Grafické vyhodnocení otázky č. 3.....</i>	58
<i>Obr. 9. Grafické vyhodnocení otázky č. 4.....</i>	58
<i>Obr. 10. Grafické vyhodnocení otázky č. 5.....</i>	59
<i>Obr. 11. Grafické vyhodnocení otázky č. 6.....</i>	60
<i>Obr. 12. Grafické vyhodnocení otázky č. 7.....</i>	60
<i>Obr. 13. Grafické vyhodnocení otázky č. 8.....</i>	61
<i>Obr. 14. Grafické vyhodnocení otázky č. 9.....</i>	61
<i>Obr. 15. Grafické vyhodnocení otázky č. 10.....</i>	62
<i>Obr. 16. Grafické vyhodnocení otázky č. 12.....</i>	63
<i>Obr. 17. Organizační struktura společnosti GOODY Bar, s. r. o. ....</i>	83
<i>Obr. 18. SWOT analýza společnosti GOODY Bar, s. r. o. ....</i>	94



**SEZNAM TABULEK**

<i>Tab. 1. Klasifikace CZ-NACE, Oddíl 56 – Stravování, pohostinství .....</i>	<i>35</i>
<i>Tab. 2. Věkové složení obyvatelstva Jihomoravského kraje .....</i>	<i>41</i>
<i>Tab. 3. Podíl nezaměstnaných osob – roční průměry v %.....</i>	<i>42</i>
<i>Tab. 4. Počty ekonomických jednotek dle právní formy v ČR v letech 2009 – 2014 ..</i>	<i>43</i>
<i>Tab. 5. Počty ekonomických jednotek dle právní formy v Jihomoravském kraji v letech 2011 – 2013 .....</i>	<i>44</i>
<i>Tab. 6. Počet ekonomických subjektů sekce I dle CZ-NACE v letech 2011 – 2014 ..</i>	<i>45</i>
<i>Tab. 7. Základní ekonomické údaje oddílu 56 - Stravování a pohostinství .....</i>	<i>46</i>
<i>Tab. 8. Vývoj makroekonomických ukazatelů v letech 2007 – 2015.....</i>	<i>49</i>
<i>Tab. 9. Kriteriaální analýza konkurence .....</i>	<i>54</i>
<i>Tab. 10. Rozpočet nákladů souvisejících se založení a vznikem společnosti v Kč .....</i>	<i>75</i>
<i>Tab. 11. Seznam nutných stavebních úprav v provozovně a jejich nákladové ohodnocení v Kč .....</i>	<i>77</i>
<i>Tab. 12. Seznam potřebného vybavení provozovny a jeho nákladové ocenění v Kč ..</i>	<i>77</i>
<i>Tab. 13. Seznam potřebného vybavení kanceláře a jeho nákladové ocenění v Kč.....</i>	<i>78</i>
<i>Tab. 14. Seznam potřebného vybavení skladu a jeho nákladové ocenění v Kč .....</i>	<i>79</i>
<i>Tab. 15. Seznam potřebného vybavení toalet a jeho nákladové ocenění v Kč .....</i>	<i>80</i>
<i>Tab. 16. Rozpočet nákladů na pořízení zboží a zásob v Kč .....</i>	<i>80</i>
<i>Tab. 17. Rozpočet marketingových nákladů v Kč .....</i>	<i>87</i>
<i>Tab. 18. Rozpočet výdajů na zahájení podnikatelské činnosti v Kč .....</i>	<i>88</i>
<i>Tab. 19. Souhrnný rozpočet potřeby finančních zdrojů v Kč.....</i>	<i>89</i>
<i>Tab. 20. Zdroje financování pro zahájení podnikání v Kč .....</i>	<i>90</i>
<i>Tab. 21. Zahajovací rozvaha společnosti GOODY Bar, s. r. o. ....</i>	<i>91</i>
<i>Tab. 22. Plán tržeb společnosti GOODY Bar, s. r. o. ....</i>	<i>91</i>
<i>Tab. 23. Analýza rizik projektu .....</i>	<i>92</i>

**SEZNAM PŘÍLOH**

- P I Charakteristika konkurujících podniků
- P II Dotazník
- P III Společenská smlouva formou notářského zápisu
- P IV Jednotný registrační formulář
- P V Příloha jednotného registračního formuláře - Předmět podnikání
- P VI Formulář – Návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku
- P VII Soupis jednotlivých kusů nábytku a nádobí nutných k zajištění provozuschopnosti podniku
- P VIII Otevírací doba podniku
- P IX Obsahová náplň nápojového lístku
- P X Časový harmonogram projektu
- P XI Splátkový kalendář podnikatelského úvěru
- P XII Karty dlouhodobého majetku a stanovení odpisů
- P XIII Zahajovací rozvaha
- P XIV Plánované účetní výkazy

## PŘÍLOHA P I: CHARAKTERISTIKA KONKURUJÍCÍCH PODNIKŮ

	Interiér, kapacita	Nabídka nápojů	Nabídka jídla	Ceny	Otvírací doba
<b>Caffe &amp; Cocktail Bar Fortix</b>	V nedávné době rekonstrukce interiéru, moderní styl, boxy, jukebox, kapacita 50 osob.	Nabídka podniku je orientována především na míchané alkoholické a nealkoholické nápoje, kterých v nabídce můžeme najít nad 300, a také na podávání různých variací kávy značky Julius Meinl 1862.	Bar nedisponuje funkční kuchyní, jsou zde nabízeny jen pochutiny jako brambůrky, nachos, tyčinky.	Vysoké	Po, Út, St, Čt - 10:00 - 22:00; Pá - 10:00 - 1:00; So - 14:00 - 1:00; Ne - 14:00 - 22:00
<b>Restaurace U Šviháka</b>	Interiér je vyzdoben pivovarskou tematikou a disponuje kapacitou až 90 lidí. Jedná se o běžnou městskou hospodu.	Vaří se zde své vlastní pivo, které však neplní do žádných lahví, slouží jen pro uspokojení nabídky zákazníků. Kromě toho je v nabídce také značky Staropramen.	Kromě služeb v pohostinství se orientují i na stravovací služby, je zde zcela fungující kuchyně, nabídka poledních menu.	Nízké	Po, Út: 11:00 - 22:00; St: 11:00 - 22:30, Čt - 11:00 - 23:00; Pá, So - 11:00 - 24:00; Ne - 11:00 - 22:00
<b>Club &amp; Bar Nautilus</b>	Orientace především na víkendové akce, pořádání koncertů, soukromých večírků apod. Spíše večerní bar a disco club.	Nabídka obsahuje především alkoholické a nealkoholické nápoje, základní druhy kávy. Šíře sortimentu je dle našeho názoru velmi omezená.	Bar nedisponuje vlastní kuchyní, proto jsou v její nabídce obsaženy pouze některé druhy pochutin.	Středně vysoké	Čt - 19:00 - 00:00, Pá, So - 19:00 - 3:00
<b>Cafe &amp; Cocktail Bar Colorado</b>	Kavárna, cukrárna, bar. Orientace především na denní provoz. Výhodou je její stabilní pozice na trhu a dlouhá historie, a také vybavení horolezeckou stěnou.	Nabídka obsahuje především nealkoholické nápoje všeho druhu a všechny známé alkoholické a nealkoholické míchané nápoje. Bar je vyhlášený díky nabídce svých fresh juice drinků.	Jsou zde nabízeny běžné pochutiny jako brambůrky, tyčinky. Bar disponuje malou kuchyňkou, kde pro své hosty připravuje panini a sendviče.	Středně vysoké	Po - Pá - 10:00 - 20:00
<b>Pivnice Budvarka</b>	Multifunkční zařízení, součástí komplexu je pivnice, vinárna, restaurace, penzion.	Orientace především na poskytování vlastních pivních speciálů, které jsou zde vařeny. Nabídka dále obsahuje i běžný výběr alkoholických a nealkoholických nápojů.	Součástí restaurace je plně funkční kuchyně, fungující po celou dobu otvírací doby. Hosté pivnice si toto jídlo mohou objednat z jídelního lístku restaurace.	Středně vysoká	Po, Út, St, Čt - 11:00 - 23:00; Pá, So - 11:00 - 24:00; Ne - 11:00 - 22:00
<b>Cubano Cafe Bar</b>	Nově otevřený bar. Nachází se v blízkosti našeho podniku. Nevýhodou je malá kapacita a nedostatečná reklama.	Orientace především na nabídku kávy a míchaných nápojů. Možno zakoupit běžné nealkoholické nápoje a velmi omezené množství alkoholických nápojů.	V objektu se nenachází kuchyně, proto jsou zde nabízeny pouze tradiční pochutiny.	Vysoká	Po - Čt - 8:00 - 19:00; Pá - So - 8:00 - 2:00

## PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍK

Vážení respondenti,

jsem studentkou 2. ročníku magisterského studia fakulty Managementu a ekonomiky ve Zlíně a touto cestou bych se na Vás ráda obrátila s žádostí o vyplnění následujícího krátkého dotazníku. Dotazník poslouží k analýze zájmu obyvatel o nový podnik poskytující služby z oblasti pohostinství v Hodoníně (baru) a k vyhodnocení poptávky po službách nabízených tímto podnikem.

Dotazník je anonymní a jeho výsledky budou použity pouze ke studijním účelům. Své odpovědi zaškrtněte, popř. doplňte svým názorem.

Za Vaši ochotu a čas strávený nad vyplňováním dotazníku předem velmi děkuji.

Bc. Ivana Lysá

### 1. Pohlaví

- Žena
- Muž

### 2. Jaký je Váš věk?

- 15 – 18
- 19 – 25
- 26 – 50
- 51 a více

### 3. Jak často navštěvujete podniky poskytující služby z oblasti pohostinství za účelem posezení s přáteli/odpočinku/pobavení?

- denně
- několikrát týdně
- 1x týdně
- měsíčně
- jinak

.....

### 4. Jste spokojen/a s množstvím a výběrem podniků poskytujících služby v oblasti pohostinství ve Vašem okolí?

- Ano

Ne

5. Jste spokojen/a se službami a nabídkou nápojů poskytovanými těmito podniky?

Ano

Ne

6. Co je pro Vás rozhodujícím faktorem při posuzování, který podnik upřednostníte?  
(Možno zvolit více možností)

příjemný personál, rychlost obsluhy

prostředí, atmosféra, interiér

nabídka nápojů a občerstvení

cena

otvírací doba

jiné

.....

7. Jaký typ nápojů upřednostňujete při návštěvě baru či hospody? (Možno zvolit více možností)

pivo, víno

kávé, čaj

míchané nápoje

nealkoholické nápoje

tvrdý alkohol

jiné

.....

8. Zkoušíte rád/a nové nápoje?

Ano, rád/a ochutnám něco nového

Ne, piji většinou to samé

9. Máte rádi pivo?

Ano

Ne

10. Existuje něco, co by Vás přesvědčilo vyměnit Váš oblíbený podnik (bar, hospodu) za nový?

Ano

V případě, že ano, co by to bylo?

.....

Ne

V případě, že ne, uveďte prosím důvod.

.....

11. Kolik jste ochotný/á utratit za jednu návštěvu baru/hospody za nápoje?

méně jak 100Kč

101 – 200Kč

201 – 500 Kč

501Kč a více

# **PŘÍLOHA P III: SPOLEČENSKÁ SMLOUVA FORMOU NOTÁŘSKÉHO ZÁPISU**

## **Notářský zápis**

sepsaný dne 10. 6. 2015 v notářské kanceláři, notářem JUDr. Petrem Pavláskem, k žádosti přítomných účastníků:

- Bc. Ivany Lysé, nar. 23. 10. 1989, bytem Vítězství 1562, 696 03 Dubňany,
- Ing. Lucie Indrové, nar. 25. 10. 1989, bytem Komenského, 696 03 Dubňany,

kteří svoji totožnost prokázali občanskými průkazy a prohlásili, že jsou k právním úkonům plně způsobilí a požádali o sepsání této

## **Společenské smlouvy společnosti s ručením omezeným**

za těchto podmínek:

### **I.**

#### **Obchodní firma a sídlo společnosti**

- 1) Obchodní firma: GOODY Bar, s. r. o.
- 2) Sídlo společnosti: Masarykovo nám. 1654/15, 695 01 Hodonín, Česká republika.

### **II.**

#### **Předmět podnikání**

Předmětem podnikání společnosti je:

- 1) hostinská činnost,
- 2) výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.

### **III.**

#### **Doba trvání**

Společnost se zakládá na dobu neurčitou.

### **IV.**

#### **Základní kapitál**

Základní kapitál společnosti činí 481 000,-- Kč (slovy: čtyři sta osmdesát jeden tisíc korun českých) a je tvořen peněžitými a nepeněžitými vklady společníků.

### **V.**

#### **Vklady společníků, rozsah splacení a obchodní podíly**

- 1) Vklady společníků společnosti činí: 481 000,-- Kč.
- 2) Společníci se účastní na základním kapitálu společnosti těmito vklady:
  - Ivana Lysá
    - peněžitý vklad ve výši 200 000,-- Kč (slovy: dvě stě tisíc korun českých)
    - nepeněžitý vklad ve formě notebooku ve výši 11 000,-- Kč (slovy: jedenáct tisíc korun českých)
  - Lucie Indrová
    - peněžitý vklad ve výši 200 000,-- Kč (slovy: dvě stě tisíc korun českých)
    - nepeněžitý vklad ve formě osobního automobilu ve výši 70 000,-- Kč (slovy: sedmdesát tisíc korun českých)

- 3) Nepeněžitě vklady budou vloženy do společnosti v den podpisu společenské smlouvy. Peněžitě vklady společníků budou v plné výši splaceny nejpozději dne 30. 6. 2015 k rukám správce vkladu, kterým byla ustanovena Ing. Lucie Indrová, nar. 25. 10. 1989, bytem Komenského, 696 03 Dubňany.
- 4) Výše obchodních podílů jednotlivých společníků činí:
  - Ivana Lysá – obchodní podíl ve výši 44%,
  - Lucie Indrová – obchodní podíl ve výši 56%.
- 5) Společnost má pouze základní druh podílů.

## **VI.**

### **Jednání a podepisování jménem společnosti**

- 1) Právními jednateli společnosti jsou:
  - Bc. Ivana Lysá, nar. 23. 10. 1989, bytem Vítězství 1562, 696 03 Dubňany,
  - Ing. Lucie Indrová, nar. 25. 10. 1989. bytem Komenského, 696 03 Dubňany.
- 2) Jménem společnosti jedná každý jednatel samostatně.
- 3) Podepisování za společnost se děje tak, že k obchodní firmě společnosti připojí svůj podpis jeden z jednatelů.

## **V.**

### **Orgány společnosti**

Orgány společnosti jsou valná hromada a jednatelé. Dozorčí rada se nezřizuje.

## **VI.**

### **Valná hromada**

- 1) Valná hromada je nejvyšším orgánem společnosti a může si vyhradit rozhodování věcí, které jinak náleží do působnosti jiných orgánů společnosti.
- 2) Do působnosti valné hromady patří:
  - a) schvalování jednání učiněných jménem společnosti před jejím vznikem,
  - b) schvalování všech druhů účetních závěrek,
  - c) rozhodování o způsobu rozdělení zisku a možnostech úhrady vzniklých ztrát,
  - d) schvalování stanov a jejich změn,
  - e) rozhodování o změně obsahu společenské smlouvy,
  - f) jmenování, odvolání a odměňování jednatele,
  - g) jmenování, odvolání a odměňování likvidátora,
  - h) svolení převodu obchodního podílu na společníka nebo na jinou osobu,
  - i) další otázky, které do její působnosti svěřuje zákon nebo tato společenská smlouva.
- 3) Valná hromada je usnášeníschopná, jsou-li přítomni společníci, kteří mají alespoň polovinu všech hlasů.
- 4) Valná hromada se koná nejméně jednou za rok, nejpozději do šesti měsíců od posledního dne účetního období, a dále pak dle potřeby. Valnou hromadu svolává jednatel. Termín a program valné hromady je nutno oznámit společníkům nejméně patnáct dnů přede dnem jejího konání, a to písemnou pozvánkou.
- 5) Jednatelé společnosti jsou povinni svolat valnou hromadu kdykoli:
  - a) požadují-li o to společníci,
  - b) zjistí-li, že celková ztráta společnosti vyplývající z účetní závěrky dosahuje poloviny základního kapitálu,
  - c) zjistí-li, že se společnost dostala do úpadku,
  - d) je-li potřeba učinit rozhodnutí v záležitostech svěřených do kompetencí valné hromady,



- 6) valná hromada rozhoduje alespoň prostou většinou hlasů přítomných společníků,

## **VII.**

### **Jednatel**

- 1) Statutárním orgánem společnosti jsou jednatelé.
- 2) Jednateli náleží obchodní vedení společnosti.
- 3) Jednatel je povinen zajistit řádně vedení evidence a účetnictví, vést seznam společníků a informovat společníky o záležitostech společnosti.
- 4) Prvními jednatelem společnosti byly ustanoveny:
  - Bc. Ivana Lysá, nar. 23. 10. 1989, bytem Vítězství 1562, 696 03 Dubňany,
  - Ing. Lucie Indrová, nar. 25. 10. 1989. bytem Komenského, 696 03 Dubňany.

## **VIII.**

### **Práva a povinnosti společníků**

- 1) Rozsah práv a povinností a jim odpovídající účast jednotlivých společníků na společnosti je stanoven výší jejich obchodních podílů. Výše obchodního podílu je určena poměrem vkladu společníka k základnímu kapitálu společnosti.
- 2) Společníci ručí společně a nerozdílně za závazky společnosti do výše souhrnu nesplacených částí vkladů všech společníků podle stavu zápisu v obchodním rejstříku. Zápisem splacení všech vkladů do obchodního rejstříku ručení zaniká.
- 3) Společník je povinen splatit vklad za podmínek a ve lhůtě:
  - a) při založení společnosti dle ustanovení článku V odstavce 3 této smlouvy,
  - b) při zvýšení základního kapitálu dle ustanovení článku VI této smlouvy.
- 4) Valná hromada je oprávněna uložit společníkům povinnost přispět na vytvoření vlastního kapitálu příplatkem mimo základní kapitál peněžitým plněním nad výši vkladu až do poloviny základního kapitálu podle výše svých vkladů.
- 5) Společníci vykonávají svá práva týkající se řízení společnosti a kontroly její činnosti především na valné hromadě. Mimo valnou hromadu mají společníci žádat jednatele o informace týkající se společnosti.

## **IX.**

### **Rezervní fond**

- 1) Společnost vytvoří rezervní fond z čistého zisku vykázaného v řádné účetní závěrce za rok, v němž poprvé čistý zisk vytvoří, a to ve výši nejméně 10 % z čistého zisku, avšak ne více než 5 % z hodnoty základního kapitálu.
- 2) Rezervní fond bude dále doplňován ročním přidělem ve výši nejméně 5 % z čistého zisku, a to až do té doby, než dosáhne nejméně výše 10 % základního kapitálu
- 3) O použití rezervního fondu rozhoduje jednatel, nejde-li o případy, kdy zákon svěřuje toto rozhodnutí valné hromadě.

## **X.**

### **Obchodní podíl**

- 1) Každý společník může mít jen jeden obchodní podíl.
- 2) Se souhlasem valné hromady může společník smlouvou převést svůj obchodní podíl na jméno společníka i na jinou osobou.
- 3) Smlouva o převodu obchodního podílu musí mít písemnou formu.

**XI.**  
**Účetní závěrka**

Společnost sestavuje účetní závěrky v souladu s příslušnými právními předpisy. Roční účetní závěrka schválená valnou hromadou je podkladem pro použití zisku společnosti.

**XII.**  
**Použití zisku**

- 1) Čistý zisk společnosti, vykázaný roční účetní závěrkou, tj. zisk zbylý po odvodu daní a poplatků, se použije podle rozhodnutí valné hromady v následujícím pořadí:
  - a) k přidělu do rezervního fondu,
  - b) k přidělům do jiných fondů, budou-li zřízeny,
  - c) k jiným účelům stanoveným valnou hromadou,
  - d) k rozdělení mezi společníky.

**XIII.**  
**Zvýšení a snížení základního kapitálu**

- 1) Zvýšení základního kapitálu peněžitými vklady je přípustné, jen když dosavadní peněžité vklady jsou zcela splaceny. Zvýšení základního kapitálu nepeněžitými vklady je přípustné již před tímto splacením.
- 2) Zvýšení a snížení základního kapitálu se dále řídí zákonem č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- 3) Jednatel je povinen bez zbytečného odkladu podat návrh na zápis zvýšení základního kapitálu do obchodního rejstříku.
- 4) O snížení základního kapitálu rozhoduje valná hromada.

**XIV.**  
**Zánik účasti společníka ve společnosti**

- 1) Účast společníka zaniká úmrtím, převodem obchodního podílu, dohodou společníků dle § 149a Obchodního zákoníku, vyloučením, rozhodnutím soudu.
- 2) Společník nemůže ze společnosti vystoupit.
- 3) Účast společníka na společnosti může být zrušena soudem.
- 4) Společnost se může domáhat u soudu vyloučení společníka, který porušuje závažným způsobem své povinnosti.

**XV.**  
**Zrušení a likvidace společnosti**

Zrušení a likvidace společnosti se řídí zákonem 513/1991 Sb., obchodní zákoník ve znění pozdějších předpisů.

**XVI.**  
**Závěrečná ustanovení**

Tato smlouva se řídí a je vykládána podle platných ustanovení českého právního řádu. Vztahy touto smlouvou neupravené se řídí ustanoveními Obchodního zákoníku, Občanského zákoníku a dalšími obecně závaznými předpisy České republiky.

V Hodoníně dne 10. 6. 2015

*Bc. Ivana Lysá*

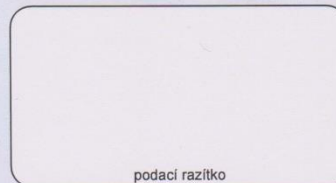
*Ing. Lucie Indrová*

# PŘÍLOHA P IV: JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ



## JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

PRÁVNICKÁ OSOBA



### ČÁST A - PODNIKATEL

#### 01 Podnikatel

a) obchodní firma / název právnické osoby <sup>*)</sup>	BOODY BAR		
b) právní forma	SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM	c) identifikační číslo	

#### 02 Sídlo

a) název ulice	KARADYKOVŮ KAM	b) číslo popisné	1654	c) číslo orientační	15	d) PSČ	695 01
e) název obce	HODONÍN	f) část obce					
g) okres	HODONÍN	h) stát	ČR				

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

pořadové číslo 1.	HOSTIŤSKÁ ČINNOST
-------------------	-------------------

#### 04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
to	MANA	LYSA	
e) datum narození	25.10.1989	f) rodné číslo	

#### 05 Bydliště / pobyt<sup>\*)</sup> člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	VTEZSTVÍ	b) číslo popisné	1562	c) číslo orientační		d) PSČ	696 03
e) název obce	JURBÁROV	f) část obce					
g) okres	HODONÍN	h) stát	ČR				

#### 06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
to	LUCIE	INDROVÁ	
e) datum narození	25.10.1989	f) rodné číslo	

#### 07 Bydliště / pobyt<sup>\*)</sup> člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	KONÁROVSKÉHO	b) číslo popisné	234	c) číslo orientační		d) PSČ	696 03
e) název obce	JURBÁROV	f) část obce					
g) okres	HODONÍN	h) stát	ČR				

#### 08 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
	VERONIKA	BOVONĚSKÁ	
e) státní občanství	ČR	f) rodné příjmení	
		a) datum narození	10.11.1982
h) rodné číslo			
i) místo narození	HODONÍN	j) okres	HODONÍN
k) stát	ČR	l) pohlaví <sup>1)</sup>	žena / muž <sup>2)</sup>

#### 09 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice	VÁŽOVNÍ TŘEŠKA	b) číslo popisné	93	c) číslo orientační		d) PSČ	695 01
e) název obce	HODONÍN	f) část obce					
g) okres	HODONÍN	h) stát	ČR				

#### 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			

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

11 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce

10.6.2015

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

1

13 Provozovna

a) název ulice MASARYKOVA ULIČKA	b) číslo popisné 1654	c) číslo orientační 15	d) PSČ 695 01
e) název obce HODOVOVÁ	f) část obce	g) okres HODOVOVÁ	
h) název provozovny GOODY BAR		i) umístění provozovny SKLEPNÍ PROSTORY	
j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně 1.12.2015		k) identifikační číslo provozovny	
l) provozovna podléhající kolaudaci ANO NE		m) předměty podnikání provozované v provozovně dle poř. čísla / u živnosti volné číslo oboru 1	

ČÁST B - DAŇOVÁ REGISTRACE

- přihlašuji se ve smyslu § 125 a násl. daňového řádu k registraci u FÚ v HODOVOVÉ	
a) k dani z příjmů právnických osob <input checked="" type="checkbox"/>	b) k dani z přidané hodnoty (přílohou je přihláška k DPH) <input type="checkbox"/>
c) k dani z nemovitosti <input type="checkbox"/> ode dne	d) k dani silniční <input checked="" type="checkbox"/> ode dne 1.12.2015
e) k dani z příjmů jako plátců:	
1) daně z příjmů ze závislé činnosti a funkčních požitků <input checked="" type="checkbox"/> ode dne 1.12.2015	
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 ANO NE	g) jedná se o první daňovou registraci ANO NE
h) očekávaná daňová povinnost daň z příjmů právnických osob daň silniční	
i) čísla účtu u bank, spořitelních a úvěrních družstev, na nichž mám soustředěny prostředky z podnikatelské činnosti	
účet v ČR - číslo účtu / směrový (identifikační) kód 24 - 2610014203   0100	měna, ve které je účet veden CZK
účet vedený v zahraničí - IBAN	vlastníkem účtu je daňový subjekt ANO NE
j) zahraniční daňové identifikační číslo, stát	k) právní předchůdce - daňové identifikační číslo CZ
l) název právnické osoby včetně dodatku / právní forma GOODY BAR, s.r.o.	

ČÁST C - OZNÁMENÍ PRACOVNÍHO MÍSTA

- oznamuji ve smyslu zákona o zaměstnanosti volné pracovní místo obsazení-volného pracovního místa? ÚP v			
a) místo výkonu práce HODOVOVÁ	b) název profese ČEKÁK	c) dle KZAM	d) vznik / obsazenost <sup>2)</sup> ke dni
e) pracovní právní vztah na dobu určitou (neurčitou) neurčitou	f) pracovní doba PĚTOD.	g) počet míst 2	h) výše mzdy 13 000,-
i) požadované vzdělání, praxe STŘEDNÍ ODBORNÉ BEZ VĚKOVÝCH OMEZENÍ (STŘEDNĚŠKOLSKÉ)	j) zveřejňovat ANO NE		
k) kontaktní osoba na pracovišti NALOH ZISA / 444 330 514	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 2	b) pro finanční úřad <input checked="" type="checkbox"/> počet příloh 1	c) pro Úřad práce <input checked="" type="checkbox"/> počet příloh
---	---	---

ČÁST E - ADRESA PRO DORUČOVÁNÍ

a) název ulice MASARYKOVA ULIČKA	b) číslo popisné 1654	c) číslo orientační 15	d) PSČ 695 01
e) název obce HODOVOVÁ	f) část obce	g) okres HODOVOVÁ	
h) adresu použít i pro následující řízení ANO NE			

ČÁST F - DOPLŇUJÍCÍ ÚDAJE

a) telefon +420 444 330 514	b) datová schránka	c) e-mail
měno podatele NALOH	příjmení podatele ZISA	
vztah k právnické osobě JEDNATEL SPOLEČNOSTI		
V HODOVOVÉ	dne 24.6.2015	vlastnoručný podpis NALOH ZISA

<sup>2)</sup> zvolením možnosti ANO vzniká povinnost vyplnit příslušnou část Zvláštní přílohy pro finanční úřad

<sup>3)</sup> zvolením možnosti NE vzniká povinnost vyplnit příslušnou část Zvláštní přílohy pro finanční úřad

# PŘÍLOHA P V: PŘÍLOHA JEDNOTNÉHO REGISTRAČNÍHO FORMULÁŘE - PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ



## PŘÍLOHA PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ

podací razítko

### Identifikační část podnikatele

a) jméno a příjmení / obchodní firma / název <sup>1)</sup>	b) identifikační číslo
GOOD & JAR, s.r.o.	
c) rodné číslo	d) datum narození <sup>1)</sup>

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

pořadové číslo 2.	POŘÁDÁNÍ KULTURNÍCH PRODUKcí, ZÁBAV
pořadové číslo 3.	
pořadové číslo 4.	
pořadové číslo 5.	
pořadové číslo 6.	
pořadové číslo 7.	
pořadové číslo 8.	
pořadové číslo 9.	
pořadové číslo 10.	
pořadové číslo 11.	

Jméno podatele	KVALDA	příjmení podatele	KLISA	 vlastnoruční podpis
vztah k právnické osobě	PŘÍSLUŠTELEK			
V	HODOVNĚ	dne	24. 6. 2015	

<sup>1)</sup> vyplní pouze fyzická osoba, která nemá přiděleno rodné číslo  
MPO PP – vzor č. 02 (082010)

# PŘÍLOHA P VI: FORMÁLÁŘ - NÁVRH NA ZÁPIS SPOLEČNOSTI DO OBCHODNÍHO REJSTŘÍKU

## Návrh na zápis nebo zápis změny zapsaných údajů do rejstříku

- obchodního                       obecně prospěšných společností  
 nadačního                         společenství vlastníků jednotek

### I.

#### REJSTŘÍKOVÝ SOUD, KTERÉMU JE NÁVRH URČEN

##### 1 Adresa rejstříkového soudu

Krajský/městský soud v	BRNO		
Ulice	HUGOVA		
Číslo domu	353/15	PSC	602 95

Místo pro nalepení kolkových známek

### II.

#### NAVRHOVATEL

2 Jméno a příjmení nebo obchodní firma či název + IČ	3 Adresa bydliště nebo sídla			
	Obec a u zahraničních osob i stát	Ulice	Číslo domu	PSC
JE. KALVA LISA	DUBŇANY	VITĚZSTVÍ	1562	696 03
ING. LUCIE KOTEROVÁ	DUBŇANY	KOMENSKÉHO	237	696 03

**III - 1**  
**ÚDAJE O SUBJEKTU, KTERÝ JE PŘEDMĚTEM NÁVRHU**

Navrhuji zapsat do rejstříku u níže uvedeného subjektu

4 Obchodní firma nebo název	GOODY BAR, s.r.o.		
5 Adresa sídla	MASARYKOVA NÁMĚSTÍ 1654/15 295 01 HODONÍN		
6 Identifikační číslo		7 Kód ID RZP	
8 Právní forma	SPOLČNOST S OMEZENOU ODPOVĚDNOSTÍ		
9 Rejstříkový soud	KRAJSKÝ SOUD V BRNĚ		
10 Spisová značka	Oddíl		Vložka
11 Požadovaná akce	<input checked="" type="checkbox"/> prvozápis		<input type="checkbox"/> změna
<b>ÚDAJE TÝKAJÍCÍ SE PŘESHRAŇIČNÍ PŘEMĚNY</b>			
Tyto údaje se vyplní pouze v případě, že se jedná o návrh zápisu do obchodního rejstříku na základě přeshraňovacího přemístění sídla a právním předchůdcem nově vznikající právnické osoby byla v zahraničí následující právnická osoba. Tyto údaje se uvedou, pokud jejich zápis příslušný zahraniční rejstřík vyžaduje.			
12 Označení zahraničního obchodního rejstříku			
13 Číslo zahraničního zápisu			
14 Den zápisu do zahraničního rejstříku			
15 Označení zahraniční právnické osoby, adresa sídla a identifikační číslo, je-li v příslušném státě přiděleno			

*Podrobné údaje návrhu se uvedou v části III - 2 formuláře, která se liší podle uvedené právní formy a je proto v samostatném souboru. Jeho nejnovější verzi pro vyplnění můžete získat ZDE. Všechny listy z části III - 2 se následně vloží bezprostředně za tento list formuláře a tvoří tak nedílnou součást celého návrhu.*

Strana návrhu

2.

**IV.**  
**PŘÍLOHY**  
Výše uvedený návrh dokládám následujícími listinami

Pořadové číslo	Předkládaná listina	Počet vyhotovení
1.	NOTÁŘSKÝ ZÁPIS SPOLEČNOSTNÉ SMLOUVY	2
2.	VÝPIS Z REGISTŘÍKU TRŽSTÍ - SPOLEČNOSTI	2
3.	VÝPIS Z REGISTŘÍKU TRŽSTÍ - ODPOVĚDNÝ ZÁSTUPCE	1
4.	ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ ODPOVĚDNÉHO ZÁSTUPCE	1
5.	ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ A PODPISOVÝ ÚBOR JEDNATELE	2
6.	ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ SPRÁVCE VKLADU	1
7.	POLOŽENÍ ODBORNÉ ZPŮSOBILOSTI ODPOVĚDNÉHO ZÁSTUPCE	1
8.	VÝPIS Z ŽIVNOSTNÍHO REGISTŘÍKU	1
9.	VÝPIS Z KATASTRU NEMOVITOSTÍ	1
10.	NÁJEMNÍ SMLOUVA	1
11.	SOUHLAS MAJITELE NEMOVITOSTI S UMÍSTĚNÍM SÍDLA SPOLEČNOSTI	1
12.	ROZVAŽNÍ TABULKY O SPLACENÍ ODPOVĚDNOSTI VÝŠE VKLADŮ	1
13.	DOKLAD O ZAPLACENÍ SPRÁVNÍHO POPLATKU	1



V.  
DATUM PROVEDENÍ ZÁPISU

<input checked="" type="checkbox"/>	Žádám, aby všechny výše uvedené skutečnosti byly zapsány do rejstříku v zákonem stanovené lhůtě
<input type="checkbox"/>	Všechny výše uvedené skutečnosti žádám zapsat do obchodního rejstříku ke dni:

VI.  
ZÁVĚREČNÁ ČÁST

Na základě výše vyplněného formuláře a příloh k němu přiložených podávám návrh na zápis těchto skutečností do obchodního rejstříku.

Tento návrh podává navrhovatel

Jméno a příjmení osoby, jednající jménem navrhovatele a označení jejího oprávnění jednat jménem navrhovatele	Vlastnoruční podpis	Úřední ověření pravosti podpisu
Ing. HANA LISA		
ING. LUCIE HODDOVA		

Tento návrh podává zástupce navrhovatele

Jméno, příjmení a rodné číslo (u cizince datum narození) zástupce navrhovatele	Vlastnoruční podpis	Údaj o zástupci *)	Úřední ověření pravosti podpisu

\*) uvede se: advokát, notář, obecný zmocněnec a další dle §21 občanského soudního řádu

V  dne

Strana návrhu

**PŘÍLOHA P VII: SOUPIS JEDNOTLIVÝCH KUSŮ NÁBYTKU A  
NÁDOBÍ NUTNÝCH K ZAJIŠTĚNÍ PROVOZUSCHOPNOSTI  
PODNIKU**

Vybavení provozovny	
Nádobí	
Porcelán/Keramika	Ks
Šálek na kávu 0,1l	25
Čajový set - šálek, podšálek, konvíčka	25
Šálek na čokoládu	25
Podšálek	50
Talíř servírovací	50
Miska servírovací	20
Dip miska	20
Sklo	Ks
Pivní sklenice	30
Sklenice na vodu 0,2l	30
Sklenice na vodu a nealko 0,3l	60
Sklenička na červené víno	60
Sklenička na bílé víno	60
Sklenice na teplé nápoje	45
Nealko long drink sklenice	40
Sklenice na aperitivy	30
Sklenice na sekt	30
Sklenice na latte, podšálek	30
Sklenice na whisky	60
Sklenice na míchané nápoje	30
Odlivka s uchem	40
Sklenička na pálenku - odlivka	30
Popelník	15
Menážka	10
Příbory	Ks
Limonádová lžička	60
Dezertní lžička	60
Mocca lžička	30
Ostatní	Ks
Chladicí nádoba na lahev	10
Příborník	10
Stojánek na stůl	10
Servírovací tácek	25
Tác/podnos	2

Vybavení provozovny	
Nábytek	Ks
Stůl - imitace dubového sudu	3
Židle	24
Barová židle	8
Dřevěný stůl z masivu	5
Lavice z masivu	5
Židle z masivu	20
Skříň pod barový pult	2

## **PŘÍLOHA P VIII: OTEVÍRACÍ DOBA PODNIKU**

<b>Otevírací doba podniku GOODY BAR, s. r. o.</b>	
Pondělí	10:00 - 22:00
Úterý	10:00 - 22:00
Středa	10:00 - 22:00
Čtvrtek	10:00 - 22:00
Pátek	10:00 - 2:00
Sobota	14:00 - 3:00
Neděle	14:00 - 22:00

<b>Provoz kuchyně</b>	
Pondělí	16:00 - 22:00
Úterý	16:00 - 22:00
Středa	16:00 - 22:00
Čtvrtek	16:00 - 22:00
Pátek	18:00 - 12:00
Sobota	18:00 - 12:00
Neděle	14:00 - 22:00

## PŘÍLOHA P IX: OBSAHOVÁ NÁPLŇ NÁPOJOVÉHO LÍSTKU

Nealkoholické nápoje		
Čepovaná kofola	0,3l	15,-
	0,5l	25,-
Coca - Cola	0,33l	25,-
Coca - Cola Light	0,33l	25,-
Fanta	0,33l	25,-
Sprite	0,33l	25,-
Tonic Kinley	0,25l	25,-
Tonic Ginger	0,25l	25,-
Nestea Broskev	0,2l	25,-
Nestea Citron	0,2l	25,-
Nestea Green Tea	0,2l	25,-
Bonaqua neperlivá	0,25l	20,-
Bonaqua jemně perlivá	0,25l	20,-
Bonaqua perlivá	0,25l	20,-
Vinea	0,25l	20,-

Káva	
Espresso	28,-
Latte Machiato	45,-
Cappuccino	39,-
Cappuccino crema	45,-
Ice Cppuccino	49,-
Ledová káva	60,-
Turecká káva	28,-
Alžírská káva	45,-
Špaldová káva	28,-
Káva bez kofeinu	29,-
Horká čokoláda	30,-

Teplé nápoje	
Čaj (dle nabídky)	25,-
Grog	49,-
Svařené víno - červené	49,-
Svařené víno - bílé	49,-
Horké jablko	30,-

Nabídka džusů		
Cappy ananas	0,2l	28,-
Cappy pomeranč	0,2l	28,-
Cappy jablko	0,2l	28,-
Cappy černý rybíz	0,2l	28,-
Cappy grep	0,2l	28,-
Cappy jahoda	0,2l	28,-
Cappy hruška	0,2l	28,-
Cappy meruňka	0,2l	28,-
Cappy multivitamin	0,2l	28,-

Další nealkoholické nápoje		
Redbull energy drink	0,25l	55,-
Aloe vera drink	0,5l	55,-
Orange fresh juice	0,1l	22,-
Milkshake - banán	0,3l	45,-
Milkshake - jahoda	0,3l	45,-
Milkshake - čokoláda	0,3l	45,-
Milkshake - vanilka	0,3l	45,-

Míchané nápoje - alkoholické	
Sex on the beach	70,-
Pinacolada	80,-
Mojito	70,-
Cuba Libre	70,-
Tequila sunrise	68,-
B-52	60,-
Cosmopolitan	85,-
Margarita	80,-
Bloody Mary	65,-
Swimming Pool	68,-

Míchané nápoje - nealkoholické	
Virgicolada	60,-
Mojito	55,-

Pivo		
Pilsner Urquel 12°	0,5l	30,-
	0,3l	20,-
Gambrinus 10°	0,5l	25,-
	0,3l	18,-
Birell (nealko)	0,5l	28,-
	0,3l	20,-
Frisco jablko	0,33l	40,-
Frisco rybíz	0,33l	40,-
Frisco brusinka	0,33l	40,-

Sekty a šumivá vína		
Bohemia sekt	0,75l	220,-
Fragolino červené	0,75l	100,-

Vino - rozlévané dle nabídky		
Bílé	0,2l	28,-
Červené	0,2l	28,-

Aperitivy		
Martini DRY	0,1l	50,-
Campari bitter	0,05l	50,-
Cinzano bianco	0,1l	50,-

Vodka		
Finlandia	0,4l	35,-
Božkov vodka	0,4l	30,-
Absolut	0,4l	35,-
Absolut vanília	0,4l	35,-
Absolut raspberri	0,4l	35,-
Absolut vodka	0,4l	35,-
Ruský standard	0,4l	38,-

Rum		
Božkov rum	0,4l	30,-
Captin Morgan Spiced	0,4l	35,-
Captain Morgan Label	0,4l	35,-
Havana Club Blanco	0,4l	45,-
Malibu	0,4l	45,-

Likéry		
Becherovka	0,4l	30,-
Becherovka Lemond	0,4l	30,-
Fernet Stock	0,4l	30,-
Fernet Stock Citrus	0,4l	30,-
Tatratea 32% Citrus	0,4l	55,-
Tatratea 52% Original	0,4l	55,-
Jägermeister	0,4l	45,-
Magister	0,4l	40,-
Božkov peppermint	0,4l	30,-
Jahody Stock	0,4l	30,-
Koskenkorva Peach	0,4l	30,-
Božkov peppermint	0,4l	30,-
Božkov Griotka	0,4l	30,-
Vaječný likér	0,4l	30,-
Brbero	0,4l	30,-
Ořechovka	0,4l	35,-
Baileys	0,4l	49,-
Jelcin (dle nabídky)	0,4l	30,-

Whisky, Bourbon		
Ballantines	0,4l	55,-
Johny Walker	0,4l	55,-
Tullamore Dew	0,4l	55,-
Jameson	0,4l	55,-
Jack Daniels	0,4l	55,-
Four Roses	0,4l	55,-
Jim Beam	0,4l	55,-

Tequila, Gin		
Olmecca Gold	0,4l	45,-
Olmecca Blanco	0,4l	45,-
Gordon's London Dry Gin	0,4l	42,-
Beefeater Gin	0,4l	42,-

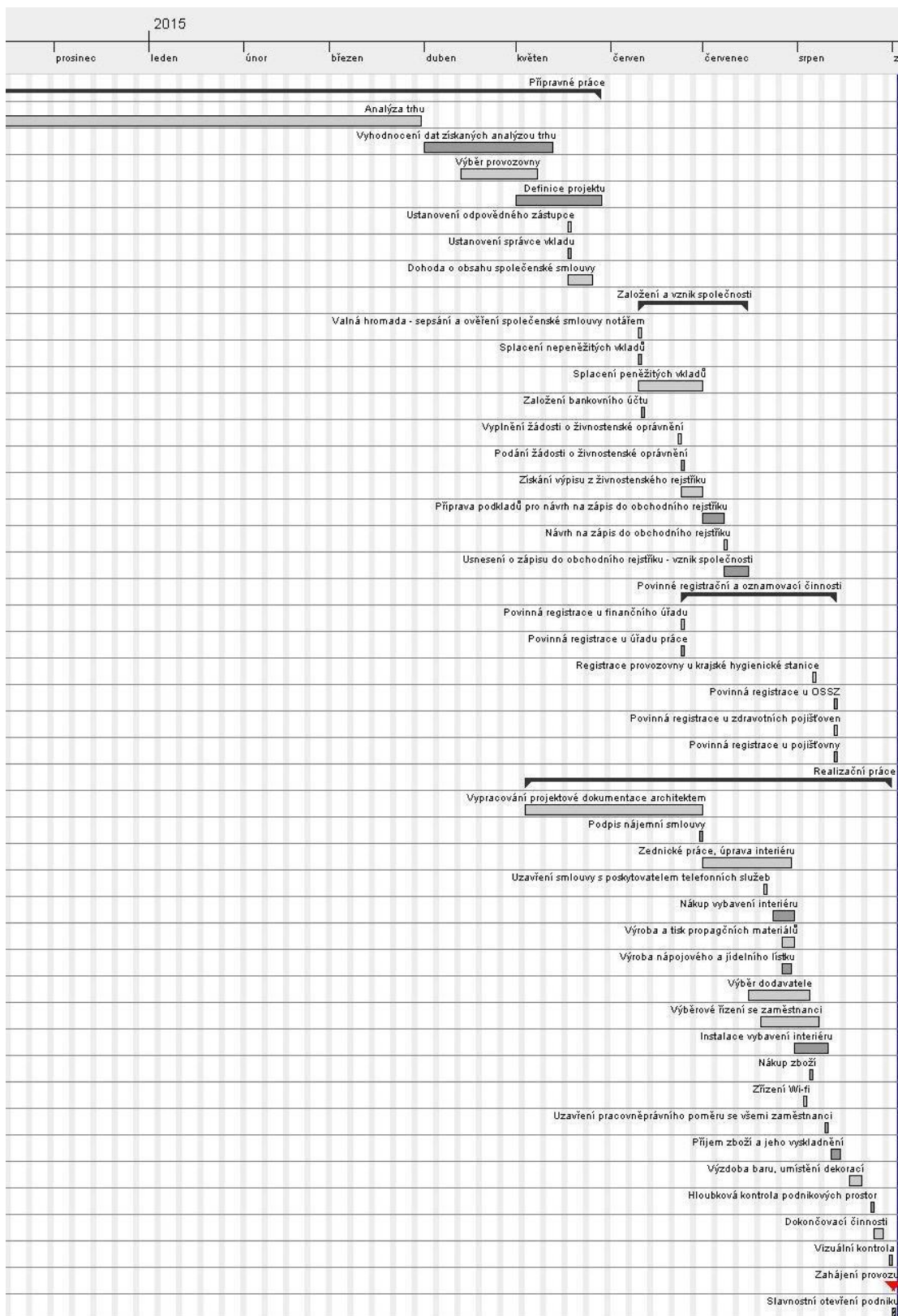
Koňak, Brandy		
Napoleon	0,4l	39,-
Metaxa	0,4l	59,-

Ostatní destiláty		
Slivovice	0,4l	35,-
Meruňkovice	0,4l	35,-
Hruškovice	0,4l	35,-
Absinth	0,4l	50,-

Belgická piva		
Augustijn Blond 16°	0,33l	46,-
Augustijn Bruin 16°	0,33l	46,-
Bacchus Framboos 14°	0,37l	67,-
Bacchus KRIEK 18°	0,37l	67,-
Boucanier Caribbean 14°	0,33l	47,-
Boucanier RED ale 16°	0,33l	47,-
BUFFALO 13°	0,33l	57,-
Chimay blau	0,33l	64,-
Chimay bruin	0,33l	57,-
Chimay tripel	0,33l	60,-
Delirium Nocturno 16°	0,33l	58,-
Delirium Tremens	0,33l	58,-
Delirium Rouge	0,33l	60,-
DUVEL ležák	0,33l	49,-
GULDEN DRAAK 22°	0,33l	57,-
GULDEN DRAAK 9000 23°	0,33l	53,-
HOEGAARDEN	0,33l	30,-
KASTEL Tripel 20°	0,33l	50,-
LEFFE Bruin Abd.	0,33l	39,-
LEFFE Blond	0,33l	39,-
LEFFE Burry	0,33l	39,-
LEFFE Royale	0,33l	39,-
Kriek	0,25l	30,-
Kwak	0,33l	59,-
Mongozo - Mango	0,33l	65,-

## PŘÍLOHA P X: ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU

Pořadové číslo činnosti	Název činnosti	Doba trvání	Zahájení činnosti	Dokončení činnosti
Přípravné práce				
1.	Definice projektu	20	1.5.2015	28.5.2015
2.	Analýza trhu	116	20.10.2014	30.3.2015
3.	Vyhodnocení dat získaných analýzou trhu	30	1.4.2015	12.5.2015
4.	Výběr provozovny	19	13.4.2015	7.5.2015
5.	Ustanovení odpovědného zástupce	1	18.5.2015	18.5.2015
6.	Ustanovení správce vkladu	1	18.5.2015	18.5.2015
7.	Dohoda obsahu společenské smlouvy	6	18.5.2015	25.5.2015
Založení a vznik společnosti				
8.	Valná hromada - sepsání a ověření společenské smlouvy notářem	1	10.6.	10.6.
9.	Založení bankovního účtu	1	11.6.	11.6.
10.	Splacení nepeněžitých vkladů	1	10.6.	10.6.
11.	Splacení peněžitých vkladů	20	10.6.	30.6.
12.	Vyplnění žádosti o živnostenské oprávnění a jeho příloh	1	23.6.	23.6.
13.	Podání žádosti o živnostenské oprávnění	1	24.6.	24.6.
14.	Získání výpisu z živnostenského rejstříku	5	24.6.	30.6.
15.	Příprava podkladů pro návrh na zápis do obchodního rejstříku	5	1.7.	7.7.
16.	Návrh na zápis do obchodního rejstříku	1	8.7.	8.7.
17.	Usnesení o zápisu do obchodního rejstříku - vznik společnosti	5	8.7.	15.7.
Povinná registrační a oznamovací činnosti				
18.	Povinná registrace u finančního úřadu	1	24.6.	24.6.
19.	Povinná registrace u OSSZ	1	13.8.	13.8.
20.	Povinná registrace u zdravotních pojišťoven	1	13.8.	13.8.
21.	Povinná registrace u úřadu práce	1	24.6.	24.6.
22.	Povinná registrace u pojišťovny	1	13.8.	13.8.
23.	Registrace provozovny u krajské hygienické stanice	1	6.8.	6.8.
Realizační práce				
24.	Podpis nájemní smlouvy	1	30.6.	30.6.
25.	Podpis smlouvy s poskytovatele telefonních služeb	1	21.7.	21.7.
26.	Vypracování projektové dokumentace architektem	51	4.5.	30.6.
27.	Zednické práce, úprava interiéru	29	1.7.	29.7.
28.	Nákup vybavení interiéru	7	24.7.	30.7.
29.	Instalace vybavení interiéru	3	31.7.	10.8.
30.	Výroba a tisk propagačních materiálů	5	25.7.	30.7.
31.	Výroba jídelního a nápojového lístku	4	25.7.	29.7.
32.	Výběrové řízení se zaměstnanci	20	20.7.	7.8.
33.	Uzavření pracovněprávního poměru se všemi zaměstnanci	1	10.8.	10.8.
34.	Výběr dodavatelů	20	16.7.	4.8.
35.	Nákup zboží	1	5.8.	5.8.
36.	Zřízení Wi-Fi připojení	1	3.8.	3.8.
37.	Příjem zboží a jeho vyskladnění	1	12.8.	14.8.
38.	Výzdoba baru, umístění dekorací	2	18.8.	21.8.
39.	Hloubková kontrola podnikových prostor	2	25.8.	25.8.
40.	Dokončovací činnosti	1	26.8.	28.8.
41.	Vizuální kontrola	1	31.8.	31.8.
Zahájení provozu				
42.	Slavnostní otevření podniku	1	1.9.	1.9.



## PŘÍLOHA P XI: SPLÁTKOVÝ KALENDÁŘ PODNIKATELSKÉHO ÚVĚRU

Měsíc	Splátka	Úrok	Úmor	Stav úvěru
1. ROK				
1	16 081,73	6 966,67	9 115,06	870 884,94
2	16 081,73	6 894,51	9 187,22	861 697,72
3	16 081,73	6 821,77	9 259,95	852 437,76
4	16 081,73	6 748,47	9 333,26	843 104,50
5	16 081,73	6 674,58	9 407,15	833 697,35
6	16 081,73	6 600,10	9 481,62	824 215,73
7	16 081,73	6 525,04	9 556,69	814 659,04
8	16 081,73	6 449,38	9 632,34	805 026,69
9	16 081,73	6 373,13	9 708,60	795 318,09
10	16 081,73	6 296,27	9 785,46	785 532,64
11	16 081,73	6 218,80	9 862,93	775 669,71
12	16 081,73	6 140,72	9 941,01	765 728,70
2. ROK				
1	16 081,73	6 062,02	10 019,71	755 708,99
2	16 081,73	5 982,70	10 099,03	745 609,96
3	16 081,73	5 902,75	10 178,98	735 430,97
4	16 081,73	5 822,16	10 259,57	725 171,41
5	16 081,73	5 740,94	10 340,79	714 830,62
6	16 081,73	5 659,08	10 422,65	704 407,97
7	16 081,73	5 576,56	10 505,16	693 902,80
8	16 081,73	5 493,40	10 588,33	683 314,47
9	16 081,73	5 409,57	10 672,16	672 642,32
10	16 081,73	5 325,09	10 756,64	661 885,68
11	16 081,73	5 239,93	10 841,80	651 043,88
12	16 081,73	5 154,10	10 927,63	640 116,25
3. ROK				
1	16 081,73	5 067,59	11 014,14	629 102,10
2	16 081,73	4 980,39	11 101,34	618 000,77
3	16 081,73	4 892,51	11 189,22	606 811,55
4	16 081,73	4 803,92	11 277,80	595 533,74
5	16 081,73	4 714,64	11 367,09	584 166,66
6	16 081,73	4 624,65	11 457,08	572 709,58
7	16 081,73	4 533,95	11 547,78	561 161,80
8	16 081,73	4 442,53	11 639,20	549 522,61
9	16 081,73	4 350,39	11 731,34	537 791,27
10	16 081,73	4 257,51	11 824,21	525 967,05
11	16 081,73	4 163,91	11 917,82	514 049,23
12	16 081,73	4 069,56	12 012,17	502 037,06



Měsíc	Splátka	Úrok	Úmor	Stav úvěru
4. ROK				
1	16 081,73	3 974,46	12 107,27	489 929,79
2	16 081,73	3 878,61	12 203,12	477 726,68
3	16 081,73	3 782,00	12 299,73	465 426,95
4	16 081,73	3 684,63	12 397,10	453 029,85
5	16 081,73	3 586,49	12 495,24	440 534,61
6	16 081,73	3 487,57	12 594,16	427 940,45
7	16 081,73	3 387,86	12 693,87	415 246,58
8	16 081,73	3 287,37	12 794,36	402 452,22
9	16 081,73	3 186,08	12 895,65	389 556,58
10	16 081,73	3 083,99	12 997,74	376 558,84
11	16 081,73	2 981,09	13 100,64	363 458,20
12	16 081,73	2 877,38	13 204,35	350 253,85
5. ROK				
1	16 081,73	2 772,84	13 308,88	336 944,96
2	16 081,73	2 667,48	13 414,25	323 530,72
3	16 081,73	2 561,28	13 520,44	310 010,27
4	16 081,73	2 454,25	13 627,48	296 382,79
5	16 081,73	2 346,36	13 735,36	282 647,43
6	16 081,73	2 237,63	13 844,10	268 803,33
7	16 081,73	2 128,03	13 953,70	254 849,63
8	16 081,73	2 017,56	14 064,17	240 785,46
9	16 081,73	1 906,22	14 175,51	226 609,95
10	16 081,73	1 794,00	14 287,73	212 322,22
11	16 081,73	1 680,88	14 400,84	197 921,37
12	16 081,73	1 566,88	14 514,85	183 406,52
6. ROK				
1	16 081,73	1 451,97	14 629,76	168 776,76
2	16 081,73	1 336,15	14 745,58	154 031,18
3	16 081,73	1 219,41	14 862,31	139 168,87
4	16 081,73	1 101,75	14 979,97	124 188,89
5	16 081,73	983,16	15 098,57	109 090,33
6	16 081,73	863,63	15 218,10	93 872,23
7	16 081,73	743,16	15 338,57	78 533,66
8	16 081,73	621,72	15 460,00	63 073,66
9	16 081,73	499,33	15 582,39	47 491,26
10	16 081,73	375,97	15 705,76	31 785,51
11	16 081,73	251,64	15 830,09	15 955,41
12	16 081,73	126,31	15 955,41	0,00

## PŘÍLOHA P XII: KARTY DLOUHODOBÉHO MAJETKU A STANOVENÍ ODPISŮ

Technické zhodnocení dlouhodobého hmotného majetku				
Vstupní cena				208 000,--
Odpisová skupina				5
Způsob odepisování				Zrychlený způsob
Koeficient odpisu v 1. roce odepisování				30
Koeficient odpisu v dalších letech odepisování				31 - n
	Vstupní cena	Výše odpisu	Oprávký	Zůstatková cena
<b>1. rok</b>	208 000	6 934	6 934	201 066
<b>2. rok</b>	201 066	13 405	20 339	187 661
<b>3. rok</b>	187 661	12 943	33 282	174 718
<b>4. rok</b>	174 718	12 480	45 762	162 238
<b>5. rok</b>	162 238	12 178	57 940	150 060
<b>6. rok</b>	150 060	11 544	69 484	138 516
<b>7. rok</b>	138 516	11 082	80 566	127 434
<b>8. rok</b>	127 434	10 620	91 186	116 814
<b>9. rok</b>	116 814	10 158	101 344	106 656
<b>10. rok</b>	106 656	9 696	111 040	96 960
<b>11. rok</b>	96 960	9 235	120 275	87 725
<b>12. rok</b>	87 725	8 773	129 048	78 952
<b>13. rok</b>	78 952	8 311	137 359	70 641
<b>14. rok</b>	70 641	7 849	145 208	62 792
<b>15. rok</b>	62 792	7 388	152 596	55 404
<b>16. rok</b>	55 404	6 926	159 522	48 478
<b>17. rok</b>	48 478	6 464	165 986	42 014
<b>18. rok</b>	42 014	6 002	171 988	36 012
<b>19. rok</b>	36 012	5 541	177 529	30 471
<b>20. rok</b>	30 471	5 079	182 608	25 392
<b>21. rok</b>	25 392	4 617	187 225	20 775
<b>22. rok</b>	20 775	4 155	191 380	16 620
<b>23. rok</b>	16 620	3 694	195 074	12 926
<b>24. rok</b>	12 926	3 232	198 306	9 694
<b>25. rok</b>	9 694	2 770	201 076	6 924
<b>26. rok</b>	6 924	2 308	203 384	4 616
<b>27. rok</b>	4 616	1 847	205 231	2 769
<b>28. rok</b>	2 769	1 385	206 616	1 384
<b>29. rok</b>	1 384	923	207 539	461
<b>30. rok</b>	461	461	208 000	0

<b>Nábytek</b>				
Vstupní cena				250 000,--
Odpisová skupina				2
Způsob odepisování				Lineární odepisování
Koeficient odpisu v 1. roce odepisování				11
Koeficient odpisu v dalších letech odepisování				22,25
	<b>Vstupní cena</b>	<b>Výše odpisu</b>	<b>Oprávky</b>	<b>Zůstatková cena</b>
<b>1. rok</b>	250 000	27 500	27 500	222 500
<b>2. rok</b>	222 500	55 625	83 125	166 875
<b>3. rok</b>	166 875	55 625	138 750	111 250
<b>4. rok</b>	111 250	55 625	194 375	55 625
<b>5. rok</b>	55 625	55 625	250 000	0

<b>Nádobí</b>				
Vstupní cena				110 000,--
Odpisová skupina				1
Způsob odepisování				Lineární odepisování
Koeficient odpisu v 1. roce odepisování				20
Koeficient odpisu v dalších letech odepisování				40
	<b>Vstupní cena</b>	<b>Výše odpisu</b>	<b>Oprávky</b>	<b>Zůstatková cena</b>
<b>1. rok</b>	110 000	22 000	22 000	88 000
<b>2. rok</b>	88 000	44 000	66 000	44 000
<b>3. rok</b>	44 000	44 000	110 000	0

<b>Osobní automobil</b>				
Vstupní cena				70 000,--
Odpisová skupina				2
Způsob odepisování				Lineární odepisování
Koeficient odpisu v 1. roce odepisování				11
Koeficient odpisu v dalších letech odepisování				22,25
	<b>Vstupní cena</b>	<b>Výše odpisu</b>	<b>Oprávky</b>	<b>Zůstatková cena</b>
<b>1. rok</b>	70 000	7 700	7 700	62 300
<b>2. rok</b>	62 300	15 575	23 275	46 725
<b>3. rok</b>	46 725	15 575	38 850	31 150
<b>4. rok</b>	31 150	15 575	54 425	15 575
<b>5. rok</b>	15 575	15 575	70 000	0

## PŘÍLOHA P XIII: ZAHAJOVACÍ ROZVAHA

Rozvaha společnosti GOODY Bar, s. r. o. ke dni 1. 9. 2015			
Aktiva		Pasiva	
<b>Dlouhodobý majetek</b>	<b>891 740</b>	<b>Vlastní zdroje</b>	<b>481 000</b>
Zřizovací výdaje	17 350	Základní kapitál	481 000
Dlouhodobý hmotný majetek	638 000		
Dlouhodobý drobný hmotný majetek	236 390		
<b>Oběžná aktiva</b>	<b>469 260</b>	<b>Cizí zdroje</b>	<b>880 000</b>
Zásoby	267 000	Bankovní úvěr	880 000
Finanční majetek	202 260		
<b>Aktiva celkem</b>	<b>1 361 000</b>	<b>Pasiva celkem</b>	<b>1 361 000</b>

## PŘÍLOHA P XIV: PLÁNOVANÉ ÚČETNÍ VÝKAZY

Rozvaha - ve zjednodušeném rozsahu			
	1. ROK	2. ROK	3. ROK
<b>AKTIVA CELKEM</b>	<b>1 325 789</b>	<b>1 730 586</b>	<b>2 159 021</b>
Pohledávky za upsaný základní kapitál			
<b>Dlouhodobý majetek</b>	<b>573 866</b>	<b>445 261</b>	<b>317 118</b>
Dlouhodobý hmotný majetek	<i>Netto</i> 573 866	445 261	317 118
	<i>Brutto</i> 638 000	573 866	445 261
	<i>Korekce</i> 64 134	128 605	128 143
Dlouhodobý finanční majetek			
<b>Oběžná aktiva</b>	<b>751 923</b>	<b>1 285 325</b>	<b>1 841 903</b>
Zásoby	82 000	82 000	82 000
Dlouhodobé pohledávky			
Krátkodobé pohledávky			
Krátkodobý finanční majetek	669 923	1 203 325	1 759 903
Časové rozlišení			
<b>PASIVA CELKEM</b>	<b>1 325 789</b>	<b>1 730 586</b>	<b>2 159 021</b>
<b>Vlastní kapitál</b>	<b>560 060</b>	<b>1 090 469</b>	<b>1 656 983</b>
Základní kapitál	481 000	481 000	481 000
Kapitálové fondy			
Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku		7 906	34 427
Výsledek hospodaření minulých let		71 154	503 888
Výsledek hospodaření běžného účetního období	79 060	530 409	637 668
<b>Cizí zdroje</b>	<b>765 729</b>	<b>640 117</b>	<b>502 038</b>
Rezervy			
Dlouhodobé závazky			
Krátkodobé závazky			
Bankovní úvěry a výpomoci	765 729	640 117	502 038
Časové rozlišení			

Výkaz zisku a ztrát			
	1. ROK	2. ROK	3. ROK
Tržby za prodej zboží			
Náklady vynaložené na prodané zboží			
Obchodní marže			
<b>Výkony</b>	<b>2 772 000</b>	<b>3 187 800</b>	<b>3 315 480</b>
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	2 772 000	3 187 800	3 315 480
Změna stavu zásob vlastní činnosti			
Aktivace			
<b>Výkonová spotřeba</b>	<b>1 566 200</b>	<b>1 389 000</b>	<b>1 397 190</b>
Spotřeba materiálu a energie	1 325 000	1 147 800	1 155 990
Služby	241 200	241 200	241 200
<b>Přidaná hodnota</b>	<b>1 205 800</b>	<b>1 798 800</b>	<b>1 918 290</b>
<b>Osobní náklady</b>	<b>948 000</b>	<b>948 000</b>	<b>948 000</b>
Mzdové náklady	708 000	708 000	708 000
Odměny členům orgánů společnosti a družstva			
Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	240 000	240 000	240 000
Sociální náklady			
Daně a poplatky	17 350		
Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	64 134	128 605	128 143
Ostatní provozní výnosy			
Ostatní provozní náklady			
Převod provozních výnosů			
Převod provozních nákladů			
<b>Provozní výsledek hospodaření</b>	<b>176 316</b>	<b>722 195</b>	<b>842 147</b>
Ostatní finanční výnosy			
Ostatní finanční náklady	78 710	67 369	54 902
<b>Finanční výsledek hospodaření</b>	<b>-78 710</b>	<b>-67 369</b>	<b>-54 902</b>
Daň z příjmů za běžnou činnost	18 546	124 417	149 577
<b>Výsledek hospodaření za běžnou činnost</b>	<b>79 060</b>	<b>530 409</b>	<b>637 668</b>
Mimořádné výnosy			
Mimořádné náklady			
Daň z příjmů z mimořádné činnosti			
Mimořádný výsledek hospodaření			
<b>Výsledek hospodaření za účetní období</b>	<b>79 060</b>	<b>530 409</b>	<b>637 668</b>

<b>Přehled peněžních toků - CASH FLOW</b>			
	<b>1. ROK</b>	<b>2. ROK</b>	<b>3. ROK</b>
<b>Výsledek hospodaření běžného období</b>	<b>79 060</b>	<b>530 409</b>	<b>637 668</b>
Odpisy stálých aktiv	64 134	128 605	128 143
Změna stavu zásob			
Změna stavu pohledávek			
Změna stavu závazků			
<b>CASH FLOW z provozní činnosti</b>	<b>143 194</b>	<b>659 014</b>	<b>765 811</b>
Výdaje spojené s pořízením stálých aktiv	793 390		
Příjmy z prodeje stálých aktiv			
<b>CASH FLOW z investiční činnosti</b>	<b>-793 390</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Dopady změn dlouhodobých závazků	765 729	-114 272	-125 613
Zvýšení prostředků z důvodu zvýšení základního kapitálu	481 000		
<b>CASH FLOW z finanční činnosti</b>	<b>1 246 729</b>	<b>-114 272</b>	<b>-125 613</b>
<b>CASH FLOW celkem</b>	<b>596 533</b>	<b>544 742</b>	<b>640 198</b>