ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru

Start-up of Entrepreneurial Activity Based on a Specific Business Plan

Josef Berka

Plzeň 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v přiložené bibliografii.

V Plzni, dne 12. března 2016 ……

podpis autora

Poděkování

Chci poděkovat paní Ing. Lence Šimonové, vedoucí bakalářské práce, za cenné připomínky, trpělivost, vstřícnost, ochotu a rady, které mi výraznou měrou pomohly k vypracování bakalářské práce.

Obsah

Úvod 7

1 Základní pojmy 9

1.1 Podnikání 9

1.2 Podnikatel 10

1.3 Podnik (závod) 11

2 Podpory podnikání 13

2.1 Vládní organizace 13

2.2 Finanční instituce pro podporu podnikání 15

2.3 Nevládní organizace poskytující služby podnikatelům 16

2.4 Soukromé organizace pro podporu podnikání 17

3 Volba právní formy podnikání 19

3.1 Podnikání jednotlivce 19

3.2 Podnikání právnických osob 21

4 Podnikatelský záměr 24

4.1 Struktura podnikatelského plánu 24

5 Podnikatelský plán restaurace Posezení v klášteře 32

5.1 Titulní list 32

5.2 Obsah 32

5.3 Shrnutí projektu 33

5.4 Popis firmy 34

5.5 Charakteristika produktů a služeb 35

5.6 Analýza trhu 37

5.7 Analýza konkurence 47

5.8 Marketingový plán 49

5.9 Provozní plán 56

5.10 Finanční plán 57
5.11 Analýza rizik 65
5.12 Podpora podnikání 68
5.13 Budoucí vývoj restaurace 69
5.14 Přílohy k podnikatelskému plánu 70
Závěr 71
Seznam tabulek 73
Seznam obrázků 74
Seznam použitých zkratek 75
Seznam použité literatury 76
Seznam příloh 83

Úvod

Autor bakalářské práce se zajímá o podnikatelskou činnost a vše co s touto činností souvisí. V podnikatelské činnosti vidí autor velké pozitivum v tom, že podnikatel nemá nad sebou žádného nadřízeného, a tudíž může vše realizovat dle vlastních plánů a představ. Zároveň si uvědomuje, že úspěšné podnikání je spojeno s tvrdou prací, málo volného času a velkou odpovědností. Při tom všem musí podnikatel čelit všem rizikům, které se na trhu vyskytují.

Autor si jako téma bakalářské práce vybral „Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru.“ Hlavním cílem práce je vypracování podnikatelského plánu pro klášterní restauraci Posezení v klášteře. Mezi dílčí cíle si autor stanovil představení provozu a rozbor okolí restaurace, možnosti marketingové propagace a odhad finančního hospodaření restaurace za první rok ve třech variantách.

Restaurace bude umístěna přímo v prostorách kláštera v Kladrubech a bude provozována na základě řemeslné živnosti – hostinská činnost. Restaurace se bude zaměřovat nejen na turisty navštěvující kladrubský klášter, ale i na místní obyvatele a obyvatele regionu. Pro tyto hosty bude restaurace zajišťovat různé společenské akce.

V teoretické části v první kapitole jsou definovány základní pojmy podnikatelské činnosti. Pro začínajícího podnikatele je vhodné se s těmito pojmy seznámit, aby se mohl v podnikatelském prostředí lépe orientovat. Ve druhé kapitole autor popisuje dostupné podpory podnikání v České republice, které může každý podnikatel pro své podnikání využít. Tyto podpory podnikání pomáhají podnikatelům zvýšit svoji konkurenceschopnost na trhu. Ve třetí kapitole jsou popsány právní formy pro podnikání v České republice. Podnikatel má možnost si vybrat jakou právní formu pro své podnikání využije. Autor této práce se rozhodl, že bude podnikat na základě živnostenského oprávnění konkrétně živnosti řemeslné – hostinská činnost. Ve čtvrté kapitole jsou teoreticky popsány všechny části, které má podnikatelský plán vyhotovený pro klášterní restauraci obsahovat.

Na základě teoretické části je vypracována praktická část bakalářské práce pro podnikatelský plán klášterní restaurace Posezení v klášteře. Nejprve je stručně představen podnikatelský záměr. V dalších kapitolách je popis restaurace, charakteristika produktu a poskytovaných služeb. Poté následuje kapitola analýza trhu s údaji o průzkumu trhu. V podkapitolách je popis celkového trhu restaurace, Porterův model

pěti sil, které působí na klášterní restauraci a PESTEL analýza. Následuje kapitola s analýzou konkurence, kde jsou uvedeni nejvýznamnější konkurenti klášterní restaurace. Další kapitolou je marketingový plán, který v rámci marketingového výzkumu analyzuje výsledky dotazníkového šetření. V podkapitole je uveden marketingový mix se všemi částmi, jako je produkt, cena, distribuce a komunikace. V dalších kapitolách je provozní plán a finanční plán restaurace. Finanční plán je vytvořen ve třech variantách optimistické, realistické a pesimistické. Následující kapitola obsahuje analýzu rizik se SWOT analýzou a rozborem velikosti rizika pomocí pravděpodobností a velikostí dopadu na restauraci. V závěrečných kapitolách podnikatelského plánu je podpora podnikání a možnosti budoucího vývoje restaurace.

Autor ke své práci čerpá informace z odborné tištěné literatury, elektronických zdrojů a také využívá znalosti získané studiem. Pro větší získání informací o restauračním trhu autor vypracoval dvě kola dotazníkového šetření. Každého kola se zúčastnilo 140 respondentů.

1 Základní pojmy

Před zahájením podnikání je třeba znát několik základních ekonomických pojmů a definic. Například jak je definováno podnikání, podnikatel a podnik.

Před samotným seznámením s těmito pojmy je nutné upozornit, že k 1. lednu 2014 vstoupil v platnost nový občanský zákoník (zákon č. 89/2012 Sb.) a zákon o obchodních korporacích (zákon č. 90/2012 Sb.), které nyní upravují náležitosti související s podnikáním. Současně tím byl zrušen obchodní zákoník (zákon č. 513/1991 Sb.), živnostenský zákon (zákon č. 455/1991 Sb.) zůstal nadále v platnosti. (Taušl Procházková, 2014)

1.1 Podnikání

V ekonomické teorii existuje několik definicí podnikání. Definice podnikání jsou individuální dle představ jednotlivých ekonomů. Česká republika také měla těchto definic více, a to podle obchodního zákoníku a živnostenského zákona. Jak již bylo uvedeno, byl obchodní zákoník k 1. lednu 2014 zrušen a byl nahrazen novým občanským zákoníkem. Zrušený obchodní zákoník definoval podnikání takto:

„Soustavná činnost prováděna samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku." (businesscenter.cz 2014a, zákon č. 513/1991 Sb., §2)

Nový občanský zákoník už však podnikání nedefinuje. V zákoně tedy zůstala pouze jedna definice podnikání a to podle živnostenského zákona, který definuje živnostenské podnikání následovně:

„Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem." (businesscenter.cz, 2016a, zákon č. 455/1991 Sb., § 2)

Pro správné pochopení výše uvedených definic je třeba vysvětlit několik základních pojmů:

- **soustavnost** – činnosti musí být vykonávány opakovaně a pravidelně, nejen příležitostně,
- **samostatnost** – pokud je podnikatelem fyzická osoba, jedná samostatně; právnická osoba jedná prostřednictvím statutárního orgánu,

- **vlastní jméno** – podnikatel fyzická osoba činí své právní úkony prostřednictvím svého jména a příjmení, právnická osoba činí právní úkony pod svým názvem (obchodní firmou),
- **vlastní odpovědnost –** podnikatel (fyzická i právnická osoba) nese veškeré riziko za výsledky své činnosti,
- **dosažení zisku –** činnosti se vykonávají za účelem docílení zisku (nemusí být však dosažen). (Srpová, 2010)

Charakteristické rysy podnikání:

- základní motiv podnikání je snaha o **zhodnocení vloženého kapitálu**, což by mělo znamenat ve většině případech dosažení zisku, tedy dosažení vyššího zisku než nákladů. Pokud by se vlastní kapitál vložený do podnikání nezhodnocoval, tak by ve většině případech popíral smysl podnikání,
- zisk se dosahuje pomocí **uspokojení potřeb zákazníků**. Podnikatel se zaměřuje na zákazníkovy zájmy, požadavky, potřeby, preference, atd,
- podnikatel pomocí svých výrobků a služeb uspokojuje potřeby zákazníků a to vše prostřednictvím trhu. Z toho vyplývá, že musí **čelit podnikatelskému riziku**. Podnikatel se snaží o **minimalizaci rizika**, aby se podnikatelské riziko snížilo na přijatelnou úroveň,
- pro založení podnikání je charakteristické vložení **kapitálu** (vlastní nebo cizí) podnikatelem do svého podnikání. Velikost kapitálu se liší podle předmětu a rozsahu podnikání. (Synek, 2010)

1.2 Podnikatel

Podnikatel je jinak vnímán ekonomy, psychology i politiky. Proto existuje řada definic pro podnikatele. V České republice definuje podnikatele nový občanský zákoník takto:
„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“ (businesscenter.cz 2016b, zákon č. 89/2012 Sb., § 420)

Petra Taušl Procházková definuje podnikatele takto:
„Nositelem rozhodnutí, který vyvíjí ekonomickou aktivitu spojenou s produkcí výrobků či služeb a jejich pohybem na trzích. Podnikatel se pohybuje v určitém podnikatelském

prostředí a snaží se využívat ve svůj prospěch možnosti, které mu toto prostředí a trhy nabízí" (Taušl Procházková, 2014, str. 15)

Známý americký politik W. Churchill na setkání s občany v roce 1940 definoval podnikatele takto:
„Podnikatelé jsou někdy považováni buď za vlka, kterého je třeba zabít, nebo za krávu, kterou je třeba stále dojit. Přitom by však měli být považováni za koně, který táhne káru." (Srpová, 2010, str. 30)

V České republice je z právního pohledu podnikatel:

- definice podle Zákona č 89/2012 Sb.,
- osoba zapsána v obchodním rejstříku,
- osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle jiného zákona,
- definice, která má spíše právní než podniko-ekonomický význam. (Ircingová a kol., 2014)

„Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele." (businesscenter.cz, 2016b, zákon č. 89/2012 Sb., § 420)

1.3 Podnik (závod)

Zavedením nového občanského zákoníku se zavedl pojem obchodní závod oproti dřívějšímu pojmu podnik, který definoval obchodní zákoník.

Obchodní zákoník definoval podnik takto:
„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 tomu sloužit." (businesscenter.cz, 2014b, zákon č. 513/1991 Sb., § 5)

Občanský zákoník definuje obchodní závod takto:
„Organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu." (businesscenter.cz, 2016c, zákon č. 89/2012 Sb., § 502)

Světový ekonom E. Gutenberg definoval podnik třemi všeobecnými znaky, které jsou nezávislé na hospodářském systému a třemi specifickými znaky.

Tab. č. 1: Znaky podniku podle E. Gutenberga

Všeobecné znaky podniku	Specifické znaky podniky
Kombinace výrobních faktorů	Princip soukromého vlastnictví
Princip hospodárnosti	Princip autonomie
Princip finanční rovnováhy	Princip ziskovosti

Zdroj: zpracováno podle Wöhe, 1995

Podnik lze také vyjádřit jako ekonomicky a právně samostatnou jednotku a souborem prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot, které slouží podnikateli k provozování svého podnikání. (Veber a kol., 2012)

Všeobecné znaky podniku:

Kombinace výrobních faktorů – kombinace faktorů (práce, stroje, zařízení, zásoby, atd.) za účelem dosažení požadovaného výstupu.

Princip hospodárnosti – vyjadřuje snahu podniku být co nejvíce hospodární, maximalizovat výstup, minimalizovat vstupy a optimalizovat vztah mezi vstupy a výstupy.

Princip finanční rovnováhy – schopnost podniku hospodařit s finančními prostředky a plnit své platební povinnosti (v dané výši a v termínech). (Srpová, 2010)

Specifické znaky podniku:

Princip soukromého vlastnictví – vyjadřuje formu vlastnictví. Zda se vlastníkovi vyhrazuje právo se přímo nebo nepřímo podílet na řízení podniku.

Princip autonomie – princip svobody a nezávislosti podnikatelské činnosti, řízení podniku pomocí tržních vztahů bez zásahu státu.

Princip ziskovosti – vyjadřuje maximalizaci zisku z vloženého kapitálu do podnikání. (Srpová, 2010)

2 Podpory podnikání

Základním cílem podpory podnikání je zvýšení konkurenceschopnosti českých podnikatelů na domácích a zahraničních trzích. Další cíl je zvýšení zájmu zahraničních investorů pro vstup na český trh. (Ircingová a kol., 2014)

Podpora podnikání spočívá v souboru nástrojů a aktivit, které pomáhají podnikatelům se lépe zorientovat v často složitém a nepřehledném podnikatelském prostředí. Proto byly zřízeny programy pro začínající podnikatele. (Taušl Procházková, 2014)

V České republice tvoří právní základ pro podporu podnikání zákon o podpoře malého a středního podnikání (zákon č. 47/2002 Sb.). Tento zákon stanovuje základní podmínky a zásady pro poskytnutí podpory podnikání. Pro zlepšení ekonomického postavení podniku platí zákon o Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR. (Ircingová a kol., 2014)

V České republice poskytují podporu podnikání subjekty, které můžeme členit do čtyř skupin:

- vládní organizace,
- finanční instituce pro podporu podnikání,
- nevládní organizace poskytující služby podnikatelům,
- soukromé organizace pro podporu podnikání. (Srpová, 2010)

2.1 Vládní organizace

CzechInvest

Agentura, která byla zřízena za účelem podpory podnikání a investic. Vyskytuje se ve formě státní příspěvkové organizace s hlavním úkolem posilovat konkurenceschopnost české ekonomiky. Agentura podporuje malé a střední podniky tím, že se snaží využívat podnikatelské infrastruktury, technologických center, poskytovat strategické služby a získávat zahraniční investice z oblasti výroby. (CzechInvest, 2016)

CzechInvest rozděluje podpory do tří oblastí:

- podnikání a inovace,
- lidské zdroje a zaměstnanost,
- výzkum a vývoj.

Dalším úkolem organizace je propagace České republiky v zahraničí jako lokalitu vhodnou pro investice. CzechInvest také podporuje české firmy, které mají zájem

o zapojení do velkých nadnárodních řetězců. CzechInvest má výraznou roli v rozvoji domácích firem, českých a zahraničních investorů i celkového podnikatelského prostředí. (Ircingová a kol., 2014)

Centrum pro regionální rozvoj ČR

Centrum bylo zřízeno Ministerstvem pro místní rozvoj ČR. Organizace vznikla za účelem maximálního využití příležitostí, které nabízí programy a projekty Evropské unie. Hlavní činností centra je administrativa a kontrola čerpání evropských fondů. V programovacím období 2014-2020 je hlavní činností centra Integrovaný regionální operační program a dále činnost s programy, které mají přeshraniční působnost. (Centrum pro regionální rozvoj ČR, 2016a)

Síť EEN

Enterprise Europe Network je organizace, která poskytuje rady a důležité informace malým a středním podnikům. Hlavním cílem organizace je podpora konkurenceschopnosti malých a středních podniků na evropském trhu. Zároveň tato organizace pořádá odborné semináře a konference. Dále pomáhá firmám k účasti na mezinárodních obchodních burzách. Centrum se snaží také podporovat prostřednictvím vydáváním odborné publikace podnikání v Evropské unii. Většina poskytovaných služeb EEN je zdarma. (Centrum pro regionální rozvoj ČR, 2016b)

CzechTrade

Agentura se zaměřuje na zvyšování výkonnosti a konkurenceschopnosti českých firem na zahraničních trzích. Služby CzechTrade využívají podnikatelé s nulovými zkušenostmi s podnikáním, ale i podnikatelé s mnoha zkušenostmi se zahraničním obchodem. (Ircingová a kol., 2014)

CzechTrade disponuje kancelářemi ve více než 40 zemích na pěti kontinentech. Působí v Evropě od Skandinávie po Balkán, Východní Evropě, ve významných afrických a asijských teritoriích, Kanadě, USA, Latinské Americe, Austrálii a Novém Zélandu. (CzechTrade, 2016)

Informační portál BusinessInfo.cz

Účelem vzniku webu BusinessInfo.cz byla výrazná roztříštěnost informací, které poskytovaly jednotlivé státní správy. S cílem zjednodušení získání informací vytvořilo Ministerstvo průmyslu a obchodu s CzechTrade jeden portál, na kterém sdružuje veškeré

důležité informace pro podnikatele a tím zvyšuje konkurenceschopnost podnikatelů po informační stránce. (Srpová, 2010)

Tento portál má pro začínající podnikatele připraveny průvodce a návody řešící běžné situace v podnikání. Informačně pokročilým podnikatelům umožňuje portál výměnu dokumentů ve vztahu stát – podnikatel. Exportujícím podnikatelům portál nabízí veškeré důležité informace týkající se exportu do zahraničí. Novináři zde na portálu získají informace o trzích, rozhovory s podnikateli či informace o různých akcích. Zahraničním podnikatelům poskytuje portál cizojazyčné informace o podmínkách podnikání s českými podniky. (businessinfo.cz, 2016a)

Národní asociace pro rozvoj podnikání

Tato národní asociace pro rozvoj podnikání v ČR byla založena v roce 1996 a sdružuje jednotlivá regionální poradenská a informační centra. Asociace dlouhodobě spolupracuje v regionech s místními orgány státní správy i samosprávy, úřady práce, Hospodářskými komorami, atd. (národní asociace pro rozvoj podnikání, 2016)

Podnikatelům poskytují tato centra bezplatné úvodní konzultace a cenově zvýhodněné služby pro podnikatelské poradenství. Dále centra pomáhají s vytvořením podnikatelského plánu a realizačního projektu, zprostředkování bankovních úvěrů, vytvoření pracovních míst, vyhledávání dalších programových podpor a také poskytují pro podnikatele vzdělávací semináře. (Ircingová a kol., 2014)

2.2 Finanční instituce pro podporu podnikání

Českomoravská záruční a rozvojová banka

Bankovní instituce, která je specializována na podporu malého a středního podnikání. Banka pomáhá k dosahování hospodářské politiky České republiky v oblasti rozvoje malého a středního podnikání. (Srpová, 2010)

Českomoravská záruční a rozvojová banka poskytuje hlavně podpory a záruky pro malé a střední podnikatele ve formě záruk a zvýhodněných úvěrů. Dále poskytuje zvýhodněné úvěry obcím na zlepšení technické infrastruktury. Využívá státního rozpočtu České republiky a statutárních fondů Evropské unie. (Českomoravská záruční a rozvojová banka, 2016)

Česká exportní banka

Česká exportní banka je specializovaná banka vlastněná státem. Posláním této banky je podpora českého vývozu a zvyšování konkurenceschopnosti českých podnikatelů ve světě. Banka poskytuje finanční služby, které souvisejí s vývozem. Banka je především zajímavá pro zahraniční odběratele (partnery českých vývozců), neboť pomocí nabízených produktů České exportní banky se české výrobky stávají žádané nejen pro svou kvalitu, ale také cenu. (Česká exportní banka, 2016)

Exportní garanční a pojišťovací společnost

EGAP je úvěrová pojišťovna zaměřující se na tržně nepojistitelná politická a komerční rizika spojená s financováním vývozu zboží a služeb. EGAP poskytuje hlavně bankovní úvěry s dobou splatnosti nad 2 roky. Financuje vývozy do zemí s nestálou politickou, ekonomickou a právní situací a tím vyšším rizikem nezaplacení kupujícího za zboží či služby. EGAP doplňuje nabídku, která je poskytována komerčními úvěrovými pojišťovnami a tím vyplňuje mezeru na trhu. Hlavním cílem pojišťovny je podpora českého exportu. EGAP poskytuje své pojišťovací služby všem vývozcům českého zboží a služeb bez rozdílu velikosti, právní formy a objemu pojištěného vývozu. (EGAP, 2016)

2.3 Nevládní organizace poskytující služby podnikatelům

Hospodářská komora České republiky

Nevládní nezávislá organizace, která zastupuje a chrání zájmy svých členů – malých, středních a velkých podniků, které se sdružují v regionálních sítích komor a v živnostenských společenstvech. Poskytuje služby svým členům, ale také veřejnosti a to prostřednictvím poradenských, konzultačních a vzdělávacích aktivit, jenž se týkají podnikání. Hospodářská komora se nezaměřuje na zemědělství, potravinářství a lesnictví, protože v této oblasti působí Agrární komora. (Taušl Procházková, 2014; Ircingová a kol., 2014)

Hlavním cílem hospodářské komory je vytvářet příležitosti pro podnikání, prosazovat a podporovat opatření, která mohou pomoci k rozvoji podnikání v České republice, a tím přispět k celkové ekonomické stabilitě státu. Hospodářská komora má 14 000 členů. (Hospodářská komora České republiky, 2016a)

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

Asociace sdružuje malé a střední firmy, živnostníky i jejich organizace. Členové asociace se podílí na tvorbě návrhů. V rámci spolupráce s vládou a dalšími českými institucemi

i zahraničními organizacemi se asociace snaží prosazovat zájmy členů do legislativy České republiky. (Srpová, 2010)

Posláním asociace malých a středních podniků a živnostníků:
„Vytvářet optimální podmínky pro dynamický rozvoj malých a středních podniků, živnostníků a soukromého podnikání v České republice a hájit společné zájmy jejích členů.“ (Stanovy AMSP ČR, 2014)

Unie malých a středních podniků ČR

Oficiální zástupce pro malé a střední české podniky v Evropské unii. Cíl unie je vytvářet tlak na zlepšení podnikatelských podmínek u českých a evropských orgánů. (Ircingová a kol., 2014)

Unie také poskytuje malým a středním podnikům pomoc, pokud dojde k neoprávněnému zásahu ze strany institucí či členských států Evropské unie. Hlavní cíl unie je odstranění překážek v rámci trhu Evropské unie a to například odstranění diskriminačního opatření ve volném pohybu osob, zboží a služeb. (Srpová, 2010)

2.4 Soukromé organizace pro podporu podnikání

Podnikatelská a inovační centra

Působí jako soukromé nebo veřejné organizace. Za úkol mají podporu a rozvoj inovačních firem v regionu, ve kterém se toto centrum nachází. Podnikatelská a inovační centra podporují startující inovační projekty začínajících malých a středních podnikatelů, poskytují balíčky služeb, jako jsou tvorba podnikatelských plánů, marketingového plánování a poradenství a ochrana duševního vlastnictví. (Ircingová a kol., 2014)

Podnikatelské a inovační centrum Plzeň

V Plzni bylo založeno městem podnikatelské a inovační centrum v roce 1992. Za účelem podpory zakládání inovačních firem v plzeňském regionu a pomáhat v jejich rozvoji a konkurenceschopnosti.

Služby Podnikatelského a inovačního centra v Plzni:

- Poradenství při tvorbě podnikatelských plánů,
- Pomoc při získávání dotací,
- Služby poskytované pro mezinárodní spolupráci a ve výzkumu a vývoji,
- Asistenční služby při transferu technologií,
- Poradenství pro podnikání v Evropské unii,
- Poskytuje nabídku prostor pro inovační podnikání. (Ircingová a kol. 2014)

Business Angel

Investor, který vstupuje do podniku s velkým potenciálem a se zajímavými podnikatelskými nápady. Těmto podnikům poskytne investor finanční prostředky s úmyslem rychlého zhodnocení vloženého kapitálu. Peníze jsou často využity k financování začátku podnikání. Investor může také poskytnout i své know-how například odborné znalosti, znalosti v oboru a ekonomicky zajímavé kontakty. (Taušl Procházková, 2014)

Podnikatelský inkubátor

Poskytuje začínajícím podnikatelům různé podpory za zvýhodněních podmínek. Podnikatelé jsou součástí podnikatelského inkubátoru v rozmezí 3-5 let, poté musí podnikatel inkubátor opustit. Firma má možnost následně vstoupit do vědeckotechnického parku. Podstata podpory spočívá například v dotovaném nájemném kancelářských prostor a vybavení, zajištění servisních a administrativních služeb či zprostředkování poradenství. (Srpová, 2010)

Vědeckotechnický park

Poskytuje státním, univerzitním i soukromým subjektům (hlavně malým inovačním firmám) kancelářské a laboratorní plochy k pronájmu za zvýhodněných podmínek. Podpora vědeckotechnického parku není v takovém rozsahu jako u Podnikatelského inkubátoru. (Ircingová a kol., 2014)

Podpora podnikání 2014 – 2020

Pro období 2014 – 2020 je v České republice Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost. Pro podnikatele je vytvořena osa č. 2 s názvem Rozvoj podnikání a konkurenceschopnosti malých a středních podniků. Osa se zaměřuje na zvýšení počtu nových podnikatelů a nových podnikatelských záměrů především inovačního charakteru a také pro zvýšení zaměstnanosti. (Ircingová a kol., 2014)

Financování koncepce podpory malých a středních podnikatelů bude zajištěno evropskými strukturálními fondy a národními prostředky. (businessinfo.cz, 2015b)

3 Volba právní formy podnikání

V České republice se musí podnikatel rozhodnout, zda bude podnikat jako fyzická nebo právnická osoba. Tudíž je před zahájením podnikání důležité vybrat si správnou právní formu podnikání. V průběhu podnikání můžeme, dle současných potřeb podniku (růst podniku, fúze, atd.), právní formu změnit, ale tento krok přináší komplikace a náklady. (Ircingová a kol., 2014)

3.1 Podnikání jednotlivce

Jedná se o podnik, který je vlastněn pouze jednou osobou. Hodí se pro podnikání v menším rozsahu. Hlavní výhodou je, že k založení stačí i menší kapitál a regulace ze strany státu jsou minimální. Naopak nevýhodou tohoto podnikání je, že podnikatelé s touto právní formou získávají obtížně kapitál, neomezeně ručí za dluhy podniku a délka životnosti podniku je dána dobou života majitele. Podniky obvykle mají formu živnosti. (Synek, 2010)

3.1.1 Živnost

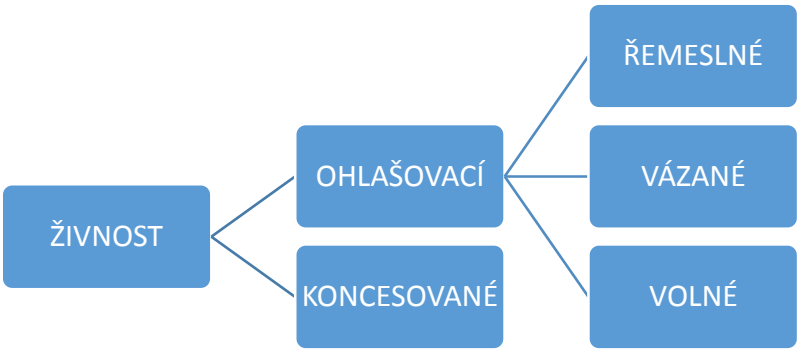
Podnikatel může vykonávat živnost pouze na základě živnostenského listu nebo koncesního listu, který podnikateli vystaví živnostenský úřad. Živnostenský úřad také spravuje takzvaný živnostenský rejstřík, do kterého zapisuje všechny podnikatele, jenž provozují živnost na území působnosti konkrétního živnostenského úřadu. (Skálová, 2012)

Živnost může provozovat fyzická i právnická osoba. Musí však splňovat všeobecné podmínky, u některých druhů živnosti také speciální podmínky.

Všeobecné podmínky:

- dosažení věku 18 let,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost prokázaná výpisem z evidence Rejstříku trestů. (Synek, 2010)

Obr. č. 1: Klasifikace živností v České republice



zdroj: vlastní zpracování, 2016

Ohlašovací živnosti jsou provozovány na základě ohlášení živnostenskému úřadu. Koncesované živnosti jsou provozovány na základě udělené koncese.

Živnost řemeslná patří mezi ohlašovací živnosti. Zde je podmínkou k provozování živnosti vyučení v oboru, maturita nebo diplom v oboru. Podnikatel také může splnit tuto podmínku získáním šestileté praxe v oboru. (Taušl Procházková, 2014)

Živnost vázaná patří mezi ohlašovací živnosti. Zde jsou doplňující podmínky k získání živnosti pro každou živnost samostatně stanovené. Podnikatel musí prokázat svojí odbornou způsobilost (Synek, 2010)

Živnost volná patří mezi ohlašovací živnosti. U této živnosti nejsou stanoveny žádné dodatečné podmínky k získání živnostenského listu. Podnikateli pouze stačí splňovat všeobecné podmínky. (Synek, 2010)

Koncesovaná živnost vzniká na základě správního rozhodnutí k udělení koncese. Koncesi udělí živnostenský úřad na základě kladného rozhodnutí příslušného orgánu stání správy. (Taušl Procházková, 2014)

Podnikatel fyzická nebo právnická osoba, která chce zahájit živnost, musí v ohlášení živnosti nebo v žádosti o koncesi vypsat všechny zákonem stanovené údaje (jméno, příjmení, státní občanství, bydliště, osobní údaje, místo podnikání, předmět podnikání, identifikační číslo, atd.) Po splnění veškerých podmínek živnostenský úřad zapíše podnikatele do živnostenského rejstříku a vydá mu výpis. (Ircingová a kol., 2014)

3.1.2 Založení živnosti

V případě, že se fyzická či právnická osoba rozhodne založit živnost a začít podnikat jako osoba samostatně výdělečně činná musí se řídit zákonem č. 455/1991 Sb.,

o živnostenském podnikání. Každá osoba, která žádá o živnostenské oprávnění, musí splňovat všeobecné podmínky. U živnosti řemeslné a vázané musí žadatel splňovat ještě zvláštní podmínky k provozování živnosti. (ipodnikatel.cz, 2016)

V případě zakládání živnosti řemeslné musí žadatel splňovat zvláštní podmínky k udělení živnosti. Pokud žadatel nesplňuje zvláštní podmínky k udělení živnosti, může využít možnosti odpovědného zástupce, který bude splňovat zvláštní způsobilost pro získání živnostenského oprávnění. Odpovědný zástupce odpovídá za řádný provoz živnosti a dodržování živnostenských předpisů. Fyzická osoba se stanovením do pozice odpovědného zástupce musí souhlasit a musí s ní být uzavřen pracovně právní vztah nebo jiný vztah. (jakpodnikat, 2016a)

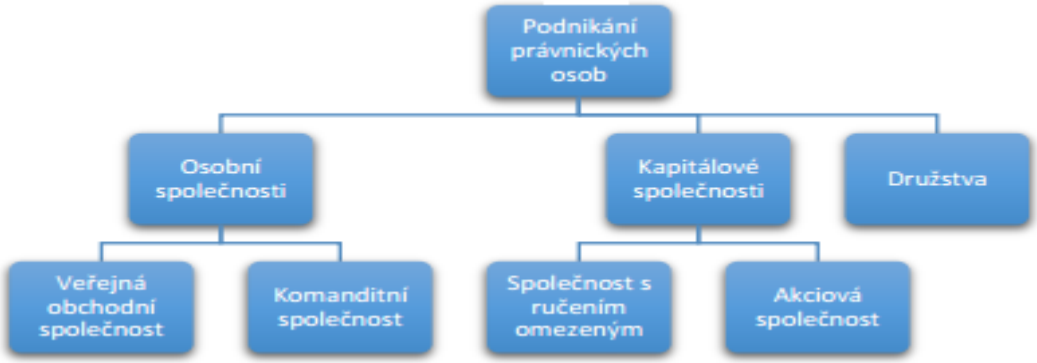
Žadatel může ohlásit živnost přímo na živnostenském úřadě nebo prostřednictvím kontaktních míst veřejné správy nebo elektronicky pomocí portálu Registru živnostenského oprávnění. Správní poplatek za udělení živnosti je 1 000 Kč. Žadatel zde vyplní jednotný registrační formulář pro fyzické osoby. Spolu s vyplněným registračním formulářem ohlašovatel živnosti dokládá prohlášení odpovědného zástupce se souhlasem s ustanovením do funkce a doklad o odborné způsobilosti odpovědného zástupce. Dále přikládá doklad prokazující právní důvod pro užívání prostor, do nichž žadatel umístil sídlo a dále doklad o zaplacení správního poplatku. Pokud žadatel splňuje podmínky pro získání živnostenského oprávnění, živnostenský úřad ve lhůtě pěti pracovních dní ode dne doručení ohlášení, zapíše fyzickou osobu do živnostenského rejstříku a vydá podnikateli výpis. (Businessinfo.cz, 2016c)

3.2 Podnikání právnických osob

V případě, že se podnikatel rozhodne, že bude podnikat jako právnická osoba, musí počítat před zahájením podnikatelské činnosti s náročnější administrativou. V některých společnostech bude muset vložit do podnikání své peněžní prostředky. Všechny právnické osoby v České republice se zapisují do obchodního rejstříku. (Srpová, 2010)

Právnické osoby vznikají ve dvou krocích. První fáze se týká založení společnosti a druhá fáze vznikem společnosti (den zápisu do obchodního rejstříku). Ve fázi založení nemá společnost ještě právní subjektivitu. Pokud se společnost zakládá za účelem podnikání, musí před vznikem získat podnikatelské oprávnění. Musí tedy nejprve získat živnostenské (výpis z živnostenské rejstříku) nebo jiné podnikatelské oprávnění. (Taušl Procházková, 2014)

Obr. č. 2: Klasifikace podnikání právnických osob



Zdroj: vlastní zpracování, 2016

3.2.1 Veřejná obchodní společnost

Společnost tvořená minimálně dvěma osobami. Společníci ručí za závazky společnosti celým svým majetkem společně a nerozdílně. Společnost nemá povinnost vytvářet základní kapitál. Společníkem může být fyzická i právnická osoba. Práva a povinnosti společníků upravuje společenská smlouva. Změnu ve společenské smlouvě musí odsouhlasit všichni společníci. Zisk si rozdělují společníci rovným dílem. Všichni společníci veřejné obchodní společnosti jsou statutárním orgánem, nestanoví-li společenská smlouva jinak. (Skálová, 2012)

3.2.2 Komanditní společnost

Společnost zakládají minimálně dvě osoby. Alespoň jedna osoba je komanditista a druhá komplementář. Komanditista vkládá do společnosti vklad ve výši a způsobem určeným ve společenské smlouvě a ručí za závazky společnosti do výše nesplaceného vkladu zapsaném v obchodním rejstříku. Komplementář nemusí vkládat do společnosti peněžní prostředky, ale ručí za závazky společnosti celým svým majetkem. Komplementáři řídí společnost, komanditisté mají pouze kontrolní pravomoc. Zisk se nejdříve rozděluje na dvě části (komplementáři a komanditisté) v poměru stanoveném ve společenské smlouvě, dále se zisk rozděluje v každé skupině podle společenské smlouvy. (Synek, 2010)

3.2.3 Společnost s ručením omezeným

Tato forma podnikání může být založená i jednou osobou. Základní kapitál společnosti tvoří vklady společníků. Minimální vklad i minimální základní kapitál je pouze 1 Kč, společník musí splatit vklad do pěti let od vzniku společnosti. Společníci mohou splatit

vklad pomocí peněžitého i nepeněžitého vkladu. Společníci ručí za závazky společnosti pouze nesplaceným vkladem zapsaným v obchodním rejstříku. Společnost ručí celým svým majetkem. Nejvyšší orgán společnosti s ručením omezeným je valná hromada. Statutární orgán tvoří jednatelé. Společnost může zřídit i dozorčí radu, která má funkci kontrolního orgánu. O rozdělení zisku či ztráty rozhoduje valná hromada po schválení roční účetní uzávěrky. (Ircingová a kol., 2014)

3.2.4 Akciová společnost

Akciová společnost je kapitálová společnost, jejíž základní kapitál tvoří určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě v minimální celkové výši 2 000 000 Kč (80 000 Euro). Při založení společnosti musí být splaceno minimálně 30 % jmenovité hodnoty upsaných akcií. Společnost může založit jedna osoba. Akciová společnost ručí za své závazky celým svým majetkem. Akcionář za závazky společnosti neručí, pouze se mu znehodnotí držené akcie. Mezi výhody společnosti patří snadný přesun vlastnictví (obchod s akciemi). Nevýhodou je založení a přísná kontrola státem a dvojí zdanění příjmů. Nejvyšší orgán akciové společnosti je valná hromada. Při založení společnosti se na valné hromadě v dualistickém systému volí představenstvo jako statutární orgán a dozorčí rada jako kontrolní orgán. V monistickém systému plní funkci statutárního orgánu statutární ředitel a kontrolního orgán v akciové společnosti správní rada. Valná hromada rozhoduje o rozdělení zisku společnosti. (Synek, 2010; Taušl Procházková, 2014)

3.2.5 Družstvo

Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob, které vzniklo za účelem podnikání nebo zajištění hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb členů. Minimální počet členů v družstvu jsou 3 osoby. Založení družstva nevyžaduje sepsání společenské smlouvy, sepíší se pouze stanovy. Členové se podílí na základním kapitálu, každý člen vloží stejnou částku. Výše základního kapitálu se nezapisuje do obchodního rejstříku. Družstvo samo ručí za své závazky, členové neručí za závazky družstva. V čele družstva je členská schůze, představenstvo a kontrolní komise. Na členské schůzi se projednává rozdělení dosaženého zisku popřípadě ztráty. (Srpová, 2010; Taušl Procházková, 2014)

4 Podnikatelský záměr

„Podnikatelský plán si můžeme představit jako silniční mapu a plánovací proces je čtením v mapě: rozhodnutí, kde jsme, zvolení města, kam chceme jít a následně můžeme začít plánovat cestu do zvoleného města, tedy i prostředky, kterými se do města dostaneme. Pak je zřejmé, že budou existovat i různé cesty, jak se do námi zvoleného města dostaneme. Některé cesty budou sice delší, pomalejší ale zatížené malým rizikem, jiné cesty budou kratší, rychlejší, nicméně s daleko větším rizikem. Při některých cestách můžeme havarovat a do cílového města se vůbec nedostaneme. Je též zřejmé, že bude pouze na nás, jaké prostředky pro dosažení cílového města zvolíme a kolik nás to bude stát. Půjdeme-li pěšky nebo zvolíme-li rychlé auto.“ (Koráb, 2007, str. 9)

Podnikatelský záměr je základním podnikovým dokumentem. Popisuje všechny podstatné faktory, jenž mají vliv na podnikání. Podnikatel vytvoří podnikatelský projekt, aby podrobněji popsal podnikatelský nápad a reálnost obstání nápadu na trhu. (Taušl Procházková, 2014)

Strategický projekt také hraje důležitou roli v řízení podniku. Pomocí projektu podnikatel plní stanovené vize a poslání podniku.

Tento projekt napomáhá podnikateli k:

- identifikování nákladů podniku a nalezení zdrojů pro jejich financování,
- vyhledávání nových obchodních partnerů (z důvodu vytvoření dodavatelských a odběratelských sítí) a investorů,
- vytvoření efektivních dodavatelsko – odběratelských vztahů,
- utvoření vztahů se spotřebiteli a klienty a také vztahů s vlastními zaměstnanci. (Pavlák, 2014)

4.1 Struktura podnikatelského plánu

Podnikatelský projekt nemá žádnou závaznou strukturu. Každý podnikatel si může vytvořit svou vlastní strukturu podnikatelského plánu. Proto si autor pro vlastní potřebu vytváří podnikatelský plán, který bude vyhovovat jeho podnikání. V plánu detailně popíše závažné problémy a situace právě jeho zvoleného podnikání.

Podnikatelský plán:

1. Titulní strana
2. Obsah

3. Shrnutí projektu
4. Popis firmy
5. Charakteristika produktu a služeb
6. Analýza trhu
7. Analýza konkurence
8. Plán marketingu
9. Provozní plán
10. Finanční plán
11. Analýza rizik
12. Podpora podnikání
13. Budoucí vývoj
14. Přílohy podnikatelského plánu

4.1.1 Titulní strana

Na titulní straně se uvádí základní fakta o druhu a činnosti podnikání. Nachází se zde název, logo, jméno podnikatele, kontaktní adresa, adresa sídla firmy, předmět podnikání, číslo telefonu a e-mailová adresa. (Vojík, 2006)

4.1.2 Obsah

Je vytvořen hlavně za účelem zpřehlednění celého plánu a pro lepší orientaci čtenáře. Jedná se o rozsáhlejší dokument. (Taušl Procházková, 2014)

4.1.3 Shrnutí projektu

Nejdůležitější část podnikatelského plánu, která má za úkol zaujmout čtenáře, aby se zajímal o prostudování celého podnikatelského plánu. Cílem je teda shrnout základní části podnikaní a vzbudit touhu čtenáře o získání více informací o podnikání. Čtenáři nabízí krátký a bleskový pohled na podnikatelskou činnost. Podnikatel by se měl hlavně zaměřit na části, které představí jeho podnikání v tom nejlepším světle. Přesvědčuje čtenáře, že právě toto podnikání bude úspěšné. (Abrams, 2005)

Shrnutí by mělo čtenáři odpovědět na tyto otázky:

- Dává koncept podnikání nějaký smysl?
- Je podnikatelská činnost důkladně naplánována?
- Vyskytuje se tržní mezera, který produkt/služba zaplní?
- Jaké jsou výhody vůči konkurenci?
- Jsou tyto plány realistické? (Abrams, 2005)

4.1.4 Popis firmy

Tato kapitola se zaměřuje na zvolenou firmu, která bude podnikatelský záměr vykonávat a slouží jako zdroj základních informací o firmě. Na začátku bývá často několik informací o historii firmy. Dále se zde uvádí datum založení firmy, sídlo, jména majitelů a jejich bydliště, vzdělání a praktické zkušenosti v tomto oboru. Zároveň je dobré v této části popsat motivaci majitelů, jenž je vede k založení právě tohoto podnikání. V popisu firmy jsou také uvedena organizační schémata. Pokud je firma teprve na začátku své existence je dobré vytvořit dvě organizační struktury. První organizační struktura popisuje firmu v současné situaci. Druhá organizační struktura je pro období, kdy se firma plně rozběhne, a budou obsazeny všechny pracovní pozice. (Srpová, 2010)

4.1.5 Charakteristika produktů a služeb

V této kapitole se popisuje výrobek či služba. Nejdříve se popisuje výrobek, do kterého vkládá podnikatel nejvíce nadějí a věří, že bude zajišťovat největší část jeho obratu. Dále podnikatel popisuje produkty ze zbývající nabídky. Pokud je velmi rozmanité portfolio výrobků, stačí uvést pouze obecnější kategorie výrobků. U výrobku se popisují technické funkce, proto vysvětlujeme pouze podstatné rysy. Je nutné vzít v úvahu také odbornou znalost čtenáře a nepopisovat výrobek technickými podrobnostmi, neboť čtenář nemusí být znalec v oboru. Prezentuje se také konkurenční výhoda produktu oproti konkurenci. Často se využívá matice, v níž se postaví proti sobě produkty s konkurenčními. Porovnává se zde hlavně výkon a cena. Tyto parametry mají největší vliv na rozhodnutí zákazníka při koupi nabízeného či konkurenčního výrobku. Údaje o konkurenčních výrobcích můžeme získat z katalogů, prospektů, veletrhů, výstav od zákazníků. Do přílohy podnikatelského plánu je dobré přiložit fotografie výrobků pro lepší představu popisovaného výrobku. (Srpová, 2010)

4.1.6 Analýza trhu

V analýze trhu se zaměřuje podnikatel na identifikaci a porozumění zákazníků na trhu. Úkolem je přesvědčení čtenáře o tom, že:

- zákazníci existují,
- podnikatel má znalost o jejich potřebách,
- zákazníků je dostatek, a že uživí podnik,
- zákazníci jsou připraveni na tuto nabídku, výrobek či službu si skutečně koupit. (Abrams, 2005)

Podnikatel zde také uvede informace o geografické poloze místa, kde chce působit. Popíše základní charakteristiky pro lokalitu působení podnikání – čtvrť, město, kraj, stát nebo zahraničí, dále zde uvede hustotu zalidnění (městká, příměstská, venkov). Dobré také je vytvořit demografickou charakteristiku hlavního zákazníka. Jedná se o rozdělení zákazníků podle věku, příjmů, velikosti rodiny, pohlaví, etické příslušnosti, atd. Kromě demografické charakteristiky zákazníka se podnikatel musí také zaměřit na faktory, ovlivňující chování zákazníka (motivace a preference). Také je třeba zhodnotit jak často a kdy zákazník skutečně nakupuje. Trh je místo, kde nepřetržitě vznikají a zanikají trendy. Proto je nutné neustále trendy na trhu sledovat a snažit se jim přizpůsobit. Trh může ovlivnit i řada neočekávaných situací. Je to například zvýšení či snížení nezaměstnanosti v regionu, odliv pracovních sil, nové technologie, atd. (Abrams, 2005)

Analyzování zákazníků má pro vývoj podniku velký význam. Z tohoto důvodu se často provádí takzvaná segmentace, zde se seskupují zákazníci do skupin podle spotřebitelského chování. Každý podnik si vytváří segmentaci podle svých potřeb. Správné informace získané o zákaznících na trhu jsou pokladem podniku, neboť podniku znázorňují, odkud peníze proudí. (Souček, 2015)

Trh je možné analyzovat podle metody **PESTEL analýzy:**
P – politické faktory (stabilita vlády),
E – ekonomické faktory (makroukazatele, vývoj měnových kurzů, inflace),
S – sociální faktory (kulturní vlivy, demografický vývoj, stárnutí populace),
T – technologické faktory (inovace v oblasti),
E - environmentální faktory (oblast ochrany životního prostředí odpadů),
L – legislativní faktory (zákon týkajících se ochrany hospodářské soutěže, hygienické nároky). (Tyll, 2014)

Porterův model pěti sil

Porterova analýza neboli Porterův pětifaktorový model slouží podnikateli ke zjištění svého konkurenčního prostředí, ve kterém se podnik nachází. Základ Porterova modelu tvoří, že konkurenční pozice firmy se určuje především působením pěti sil, popřípadě faktorů. Jedná se tedy o konkurenční rivalitu, potenciální noví konkurenti, odběratelé, náhradní výrobky a dodavatelé. Tyto faktory mají na podnikání výrazný vliv, je možné z modelu určit některá rizika, kterým může podnikatel v budoucnu předejít. (Hanzelková, 2009)

4.1.7 Analýza konkurence

Podnikatel v této kapitole vypisuje konkurenty. Podrobněji se věnuje konkurentům, kteří stojí přímo v konkurenčním vztahu, a zároveň se věnuje podnikům s největším podílem na trhu. U konkurentů sleduje hlavně odbytové cesty, objemy prodeje, kvalitu servisu, image produktů a dodací lhůty. Hodnocení konkurentů se musí provést poctivě a vyvarovat se snižovaní hodnoty konkurenčních výrobků či služeb. Podnikatel zde také uvádí slabé stránky konkurence. Tyto slabé stránky se mohou pro podnikatele stát stránkami silnými. Je-li například konkurent velký a zatížený byrokratickým aparátem, může toho začínající firma využít, neboť má větší flexibilnost a podnikatel může pružněji reagovat na změny na trhu. (Abrams, 2005; Srpová, 2010)

4.1.8 Plán marketingu

Čtenáře bude podnikatelský plán zajímat hlavně, neboť marketing, popřípadě prodej, má velký vliv na úspěch celé podnikatelské činnosti. (Srpová a kol., 2011)

Hlavním úkolem marketingového plánu je seznámit čtenáře jak se bude dostávat produkt k zákazníkovi. Marketing má značný vliv na budoucí úspěch podniku. Podnikatel by se neměl zaměřovat pouze na reklamu či jiné aktivity zaměřené pouze na získání zákazníka. Marketing představuje nástroj, který pomáhá podnikateli v těžkém konkurenčním prostředí získat největší množství zákazníků. (Srpová, 2010)

V reklamě by se měl podnikatel zaměřit na možnosti inzerce, periodu a na její náklady. Z toho důvodu se musí podnikatel pečlivě zamyslet nad určením správné reklamy, aby investované peníze využil účelně. Propagovat například může prostřednictvím webových stránek, katalogy výrobků, reklamou na internetu, reklamou v tištěných mediích, v rozhlase a televizi, promo-akcích, e-maily, atd. (Abrams, 2005)

Marketingový mix

Podnikatel ovlivňuje potřeby a přání cílových zákazníků. Toto ovlivňování probíhá pomocí marketingového mixu, který bývá označován jako 4P:

- produkt (product),
- distribuce (place),
- cena (price),
- komunikace (promotion). (Synek, 2011)

4.1.9 Provozní plán

V této kapitole podnikatel popisuje výrobní postupy podniku. Tento plán by neměl být příliš detailní, detaily je vhodné popsat v interním provozním manuálu. Rozebráním základních provozních funkcí, podnikatel dokáže čtenáři, že rozumí průběhu provozu. Zmiňuje se podrobněji o postupech, strojích a zařízeních, výrobních kapacitách, materiálovém a surovinovém zabezpečení a umístění výroby. Uvádí se poloha výrobní budovy, průběh kontroly výrobků, způsob zásobování a distribuce, příjem objednávek a další činnosti související s provozem. Popisuje se zde také například levnější výroba oproti konkurenci ve srovnatelné kvalitě. (Srpová, 2010)

4.1.10 Finanční plán

Finanční plán vyjadřuje předchozí kapitoly v číselné podobě. Pomocí tohoto plánu podnikatel vyjadřuje, že jeho podnikatelský projekt je reálný a může uspět na trhu. Výsledkem finančního plánu je plánovaná výsledovka, plánovaný peněžní tok a plánovaná rozvaha. Tyto plány musí být tvořeny na základě dílčích plánů, aby byly co nejvíce reálné. (Srpová, 2010)

Nejdůležitější finanční výkazy:

- plánovaná výsledovka – znázorňuje plánovanou strukturu nákladů a výnosů,
- plánovaný peněžní tok – vyjadřuje plánovaný příjem peněžních prostředků a výdej z podniku,
- plánovaná rozvaha – vyjadřuje plánovanou celkovou hodnotu firmy v určitém čase,
- přehled zdrojů a použití finančních prostředků (v případě hledání investora). (Abrams, 2005)

Je vhodné přiložit i následující ukazatele. Ukazatel rentability informuje o schopnosti podniku tvořit zisk, existuje více druhů rentability (rentabilita tržeb, rentabilita nákladů, atd.). Ukazatel likvidity informuje o schopnosti podniku platit své dluhy včas a v požadované výši, existuje opět více druhů likvidity (běžná likvidita, pohotová likvidita a okamžitá likvidita). Ukazatel aktivity informuje o tom, jak intenzivně je využíván k podnikání majetek podniku. Ukazatel zadluženosti informuje o dlouhodobě dosahované stabilitě či nestabilitě podniku. Rozpočet na outsourcing informuje o peněžních prostředcích vyhrazených na outsourcing a seznam nezávislých dodavatelů, konzultantů, právníků a účetních. (Srpová, 2010)

Při sestavování finančního plánu je důležité dbát na to, aby nedošlo k:

- záměně tržeb se ziskem,
- podcenění potřebných investic – špatné odhadnutí doby trvání rozjedu podnikání,
- nákladné zahájení podnikání – zbytečné utrácení velkého množství peněžních prostředků za fixní kapitál (drahé kancelářské vybavení),
- špatné odhadnutí peněžních prostředků pro zahájení a provoz podnikání,
- přecenění vlivu reklamy – vložení přehnaně velké částky do reklamy na úkor vložení peněz do rozvoje podniku. (Vojík, 2006)

4.1.11 Analýza rizik

Tato kapitola zakladatelského plánu patří mezi nejdůležitější. Podnikatel rozebírá rizika a popisuje plán k jejich ošetření. V případě, že je tento rozbor kvalitní, má projekt velkou šanci na přilákání investora. Další důležitou funkcí analýzou rizik je příprava podnikatele na potenciální rizika a vytvoření preventivních opatření. (Taušl Procházková, 2014)

Oblasti, které mají vliv na podnik a vystupují jako rizika:

- životnost podnikatelského projektu – čím je životnost projektu nižší tím je nižší i riziko, neboť zásadní změny se odehrávají v dlouhodobém horizontu,
- cizí kapitál – pokud podnikatel používá velké množství cizího kapitálu, roste tím riziko neúspěchu,
- pružnost projektu – u specializovaných a nepružných projektů je riziko mnohonásobně vyšší než u projektů pružných,
- diverzifikace – riziko neúspěchu stoupá, když se podnik zaměřuje pouze na jeden výrobek nebo má pouze jednoho odběratele,
- postupná realizace projektu – realizace projektu po částech výrazně snižuje riziko neúspěchu. (Taušl Procházková, 2014)

SWOT analýza

Tato analýza má za úkol pomoci podnikateli najít a vymezit silné a slabé stránky, dále příležitosti a hrozby z okolí podniku, které se skrývají pod písmeny SWOT:

- S – strenghts – silné stránky,
- W – weaknesses – slabé stránky,
- O – opportunities – příležitosti,
- T – threats – hrozby. (Kotler, 2007)

4.1.12 Podpora podnikání

V této kapitole podnikatel popisuje podpory podnikání, které má možnost pro své podnikání využít.

4.1.13 Budoucí vývoj

V této kapitole podnikatel seznamuje čtenáře s dlouhodobými cíli, plány a důležitými milníky, které chce dosáhnout. Zároveň seznamuje se stanovenými cíli, které by měly být SMART. Tím získá podnikatel ukazatele, pomocí nichž bude hodnotit vývoj podniku. (Abrams, 2005)

4.1.14 Přílohy k podnikatelskému plánu

V této kapitole přikládáme k podnikatelskému plánu: výpis z obchodního rejstříku, životopisy klíčových osob podniku, certifikáty, důležité smlouvy, schémata, fotografie a nákresy výrobků, minulé výkazy zisku a ztráty, výkazy o peněžním toku a rozvahy. (Vojík, 2006)

5 Podnikatelský plán restaurace Posezení v klášteře

V praktické části bakalářské práce se autor zaměřuje na zpracování podnikatelského plánu pro restauraci Posezení v klášteře. Autor podnikatelského plánu využívá veškeré poznatky, které jsou uvedeny v teoretické části práce.

5.1 Titulní list

Podnikatelský plán

restaurace Posezení v klášteře

Obr. č. 3: Logo restaurace Posezení v klášteře

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Název podniku:	Restaurace Posezení v klášteře
Sídlo podniku:	Pozorka 1, Kladruby 349 61
Druh živnosti:	Živnost ohlašovací řemeslná
Předmět podnikání:	Hostinská činnost
Jméno podnikatele:	Josef Berka
e-mail:	informace@posezenívklášteře.cz
Facebook:	www.facebook.cz/Posezenívklášteře
Telefonní číslo:	+420 720 390 794
Vypracoval:	Josef Berka

5.2 Obsah

Obsah podnikatelského plánu restaurace Posezení v klášteře je za účelem zpřehlednění součástí obsahu bakalářské práce.

5.3 Shrnutí projektu

Restaurace Posezení v klášteře, jenž nově vznikne v historických prostorách kláštera v Kladrubech, se bude hlavně zaměřovat na české a zahraniční turisty navštěvující klášter v době hlavní sezóny. Restaurace se jim bude snažit nabídnout kvalitní jídla a také budou v nabídce speciality místního kuchaře. Majitel s personálem věří, že po prohlídce kláštera přijde turistům občerstvení vhod. Hosté si tak budou moci v prostorách historické restaurace odpočinout a vychutnat klidnou atmosféru historického objektu. Zahraniční hosté budou moci poznat českou kulturu také z hlediska české tradiční kuchyně.

Ve večerních hodinách po uzavření kláštera se restaurace přeorientuje na místní obyvatele. Bude vystupovat jako tradiční historická restaurace. Hosté si budou moci v historické restauraci užít příjemný večer, vychutnat kvalitní české jídlo a ochutnat známý klášterní likér, vytvořený podle receptu nalezeného v klášterním sklepě.

Restaurace také bude nabízet firemní večírky, svatby, rodinné oslavy a speciální občerstvení podle kulturních akcí, které probíhají na klášterním nádvoří. Bude se jednat například o velikonoční jarmark, letní slunovrat, slavnosti vína, zabijačkové či mikulášské trhy.

Hlavní konkurenční výhodu spatřuje autor podnikatelského plánu v sezónních návštěvách turistů kladrubského kláštera. Klášter v Kladrubech každoročně navštíví velké množství turistů. Jak uvádí server klášterKladruby (2014) průměrně každý rok přijde na prohlídku kláštera až dvacet tisíc turistů. Tito turisté většinou neznají místní prostředí, a proto autor věří, že jednoduše zvolí dostupnou a příjemnou restauraci v klášteře. O restauraci, která je od kláštera vzdálená takřka 600 m, většinou nevědí. Klášterní prohlídku také často absolvují turisté poznávacích zájezdů autobusem. I v těchto případech autor věří, že se turisté po prohlídce kláštera usadí a udělají pohodlí v klášterní restauraci. Tito turisté většinou nemají čas na prohlídku města Kladruby a nalezení místní restaurace, neboť je čeká prohlídka dalšího hradu či zámku.

Další konkurenční výhodu vidí autor v tom, že se v zimním refektoriu kláštera konají svatební obřady. Restaurace bude schopna dle jejich objednávky připravit svatební hostinu. Autor také vidí konkurenční výhodu v tom, že ostatní restaurace v regionu se převážně soustředí na vaření obědů. Restaurace Posezení v klášteře bude hostům nabízet i večerní menu.

Finanční plán pro první rok podnikání je vytvořený ve třech možných variantách, a to pro variantu pesimistickou, realistickou a optimistickou. Každá varianta finančního plánu je vytvořena na předpokladu různé návštěvnosti restaurace v prvním roce a berou se v úvahu všechna známá rizika. Finanční plán na první rok ukazuje dosažení hospodářského výsledku ve všech třech stanovených variantách.

Mezi hlavní cíle restaurace, kromě vytvoření zisku, patří i cíl, aby se do podvědomí české a zahraniční klientely dostala nejen kultura města Kladruby, rozvíjení místních kulturních akcí, ale i kvalita tradiční české kuchyně.

5.4 Popis firmy

Motivací autora k založení restaurace je nabídnout českým i zahraničním turistům kvalitní českou kuchyni a posezení v útulných historických prostorách. Zároveň si chce osvojit teorii získanou ve škole a využít ji v praxi. Otevření restaurace vidí jako příležitost úspěšného podnikání.

Restaurace bude založena jako ohlašovací řemeslná živnost – hostinská činnost. Bude vedena v živnostenském rejstříku pod názvem Posezení v klášteře.

Nacházet se bude v klášterních prostorách kladrubského kláštera na adrese Pozorka 1, Kladruby 349 61, mapa umístění restaurace je v příloze F. Prostory pro restauraci budou pronajaty od Státního památkového ústavu v Plzni. Součástí pronajatých prostor bude kuchyně, sklad na potraviny s chladicím boxem, restaurace se salónkem o kapacitě 60 míst, venkovní terasa o kapacitě 30 míst a WC. Před klášterem se nachází bezplatné veřejné parkoviště o kapacitě 30 míst a jedno parkovací místo pro autobus.

Zakládající osobou klášterní restaurace je Josef Berka, autor podnikatelského nápadu. Další klíčovou osobností restaurace je Luděk Sigmund, odpovědný zástupce a budoucí kuchař restaurace. Josef Berka je studentem ekonomické fakulty Západočeské univerzity v Plzni. Znalosti získané na univerzitě chce využít v praxi a spravovat chod restaurace s cílem rozvíjet klášterní restauraci, popřípadě otevření další restaurace. Hlavní náplní jeho činností bude starost o celkový chod restaurace a zároveň bude zabezpečovat administrativu a propagaci. Luděk Sigmund je vyučený jako kuchař – číšník na hotelové škole v Mariánských Lázních. V oboru hostinské činnosti má tříletou praxi jako kuchař v pětihvězdičkovém hotelu. Jeho hlavní úkolem v začínající restauraci bude starost o chod kuchyně. Autor plánu předpokládá, že v sezóně bude potřeba rozšířit personál

o dalšího kuchaře a dva číšníky, kteří budou pracovat na dohodu o provedení práce. Mimo sezónu autor předpokládá se snížením pracovního personálu z důvodu uzavření kláštera.

Restaurace se bude zaměřovat na turisty navštěvující klášter v Kladrubech a také na místní klientelu, která si bude chtít užít příjemný večer v klášterní restauraci. Dále bude restaurace poskytovat služby v rámci svateb, firemních večírků, rodinných oslav a také bude poskytovat služby spojené s pořádáním akcí na nádvoří kladrubského kláštera.

5.5 Charakteristika produktu a služeb

Každý rok navštíví kladrubský benediktýnský klášter bezmála dvacet tisíc turistů, jak uvádí server klášterKladruby (2014). Autor předpokládá, že většina turistů si po prohlídce najde cestu do klášterní restaurace. Restaurace bude těmto hostům v prostorách kláštera nabízet široký sortiment jídel a nápojů.

Občerstvení

Klášterní restaurace se bude převážně zaměřovat na tradiční jídla. Počítá se s tím, že právě zahraniční turisté tuto nabídku ocení a jídla ochutnají. Základem jídelníčku bude známé české vepřo-knedlo-zelo. Při vaření knedlíků se použije kvalitní pšeničná mouka a vajíčka z domácího chovu, zelí bude odebíráno od regionální dodavatele z Křimic a kvalitní krkovice z vepřového masa z místního řeznictví v Kladrubech. Dalším tradičním jídlem bude svíčková na smetaně s houskovým knedlíkem. Při vaření se použije kvalitní hovězí kýta, opět z místního řeznictví. Svíčková bude servírována tradičně s brusinkami a šlehačkou. Do jídelníčku také bude zařazen vepřový řízek s tradičním bramborovým salátem. Řízek bude připravován z vepřové pečeně dodávané opět místním řeznictvím. Brambory a kořenová zelenina budou odebírány od soukromého místního zemědělce. Mimo jiné budou v nabídce restaurace i hotová jídla jako je například hovězí roštěná, hovězí guláš a sekaná s bramborem.

Restaurace bude také do jídelníčku zařazovat jídla pro hosty s jinými stravovacími návyky. Chce tak vyhovět každému hostu, který klášterní restauraci navštíví. Ve světě se totiž zvyšuje počet vegetariánů, veganů a lidí, kteří chtějí jíst zdravě, jak uvádí server Bio – info (2014). Proto šéfkuchař zařadí do jídelníčku vždy alespoň jedno jídlo pro tyto hosty. Kuchyně bude připravovat například rýžové nudle s kukuřicí a pórkem. Suroviny na jídlo budou nakupovány v BIO obchodě. Dalším cílem restaurace je nezapomenout na rodiny s malými dětmi. V nabídce tudíž budou sladká jídla a jídla méně kořeněná. Pro

menší strávníky bude šéfkuchař připravovat palačinky s domácí marmeládou. Šéfkuchař bude každý týden tuto nabídku jídel v jídelníčku měnit.

Přípravě jídel se bude věnovat kuchař s dlouholetou praxí v profesionálně zařízené kuchyni. Jídla bude připravovat s maximálním nasazením a vždy z kvalitních čerstvých surovin. Bude je připravovat dle ověřených tradičních receptů. Jídla budou hostům dostupná nejen po celou dobu klášterních prohlídek, ale také po jejich skončení. Hosté budou moci navštívit restauraci i ve večerních hodinách.

Služby

Příprava svatební hostiny

Dle objednávky bude klášterní restaurace zajišťovat svatební hostinu. Novomanželé si budou moci společně se šéfkuchařem sestavit svatební menu a vybrat nápojový lístek. Svatební hostina bude probíhat v salónku, který bude dle přání novomanželů svátečně vyzdoben. Restaurace umožní svatebním hostům také provést tradiční svatební zvyky a tradice. Jedná se například o rozbití porcelánového talíře, jehož střepy mají novomanželům přinést štěstí či umožnit novomanželům jíst polévku z jednoho talíře. Zároveň dle přání bude připraven taneční parket pro svatební hosty.

Příprava firemního večírku

Restaurace opět dle objednávky připraví pro domluvenou firmu salónek s patřičnou výzdobou. Zároveň bude připraveno kvalitní a chutné občerstvení pro zaměstnance firmy. Dle přání jim bude vytvořen prostor pro volnou zábavu a tanec. V letních měsících bude po domluvě umožněno hostům venkovní grilování na terase.

Příprava rodinné oslavy

Klášterní restaurace bude rodinám umožňovat provést v historických prostorách restaurace rodinné oslavy. Dle přání jim připraví chutné občerstvení s nápojovým lístkem. Zároveň svátečně vyzdobí salónek s prostorem pro volnou zábavu. I v tomto případě bude v letních měsících po domluvě umožněno hostům venkovní grilování na terase.

Příprava služeb spojených s pořádáním akcí na nádvoří kláštera

Na nádvoří během kalendářního roku probíhá řada tematických kulturních akcí. Jedná se například o velikonoční jarmark, slavnosti vína, zabijačkové hody, apod. Ve všech těchto případech bude restaurace připravena poskytnout návštěvníkům akcí kvalitní a chutné občerstvení, které bude zaměřeno na každou akci individuálně. Například při

zabijačkových hodech bude šéfkuchař nabízet ovar, jelita či jitrnice. Při slavnostech vína bude mít šéfkuchař připraveno speciální menu k vínu. K prodeji bude vždy restaurace nabízet alkoholické i nealkoholické nápoje.

5.6 Analýza trhu

Průzkum trhu

Autor před zahájením podnikatelského plánu uskutečnil průzkum trhu, který probíhal v podobě dotazníkového šetření. Cílem tohoto průzkumu bylo získání důležitých informací o trhu a preferencích místních obyvatel týkající se restauračních zařízení. Tyto informace následně sloužily mimo jiné k vytvoření finančního plánu a analýze restauračního trhu.

Dotazníkové šetření probíhalo během měsíce ledna a února v roce 2016. Na otázky v dotazníku odpovědělo celkem 140 respondentů. Část průzkumu probíhala formou internetového dotazníku. Na dotazník odpovídali převážně respondenti ve věku do 26 let. Z tohoto důvodu se autor rozhodl další šetření provádět formou osobního dotazování, neboť restaurace se nechce zaměřovat pouze na skupinu lidí do 26 let. Záměrem restaurace je získání zákazníků v každé věkové skupině, a proto potřebuje od nich získat více informací ohledně jejich motivace a preference.

Vytvořený dotazník tvořily otázky s uzavřenými odpověďmi. Respondenti mohli zvolit pouze jednu odpověď z nabízených možností. Vyhodnocením dotazníku se zabývá marketingový plán. Grafické znázornění výsledků dotazníkového šetření bude uvedeno v příloze B.

Pro odhad nákupu surovin na jídlo a nápojů byl vypracován ještě jeden dotazník. Tento dotazník se zaměřuje na výběr jídla z plánovaného jídelníčku a nápojového lístku restaurace Posezení v klášteře. Dotazník nebyl již rozdělen dle věku respondentů. Respondenti při výběru nápojů měli možnost vybrat více možností.

Celkový trh

Restaurace Posezení v klášteře bude působit v klášteře na okraji města Kladruby v okrese Tachov. Město Kladruby se nachází 30 km západně od Plzně. Kladruby mají 1 572 obyvatel dle webových stránek Kladrub (2014). V blízkosti Kladrub ve vzdálenosti 6 km leží město Stříbro s 7 895 obyvateli dle webových stránek Stříbra (2013).

Klášterní restaurace se bude převážně zaměřovat na turisty navštěvující kladrubský klášter. Tito turisté se budou moci po skončení prohlídky občerstvit a odpočinout v klášterní restauraci. Kladrubský klášter je také navštěvován turisty jezdícími za kulturními akcemi pořádaných v prostorách kláštera. Mezi neznámější akce patří například hudební koncerty, jarmarky, Benediktýnské dny, mše, apod.

Tab. č. 2: Návštěvnost kláštera v Kladrubech

	2010	2011	2012	2013	2014
Hudební koncerty	1 450	1 450	1 965	1 803	X
Jarmarky	1 800	2 350	2 300	2 100	X
Benediktýnské dny	1 004	1 105	1 208	1 101	X
Mše	330	310	320	2 327	X
Celková návštěvnost	**17 327**	**16 855**	**17 359**	**15 987**	**19 486**

zdroj: vlastní zpracování podle klášterKladruby, 2014

V posledních 3 letech výrazně roste přenocování českých i zahraničních turistů v ubytovacích zařízení, na území Plzeňska a Českého lesa, s průměrnou ubytovací dobou 2,4 noci. Autor proto věří, že si tito turisté najdou čas na návštěvu kladrubského kláštera a tím i klášterní restauraci. (ČSÚ, 2016a)

Průzkum marketingové společnosti Stemmark (2014) ukazuje, že zahraniční turisté přijíždějící na území České republiky utratí průměrně 100 korun za stravování. Vzhledem k vysokému počtu turistů navštěvující kladrubský klášter je tento údaj pro majitele restaurace pozitivní.

Klášterní restaurace se nebude zaměřovat pouze na turisty navštěvující klášter v Kladrubech. Potenciálním dalším trhem jsou regionální obyvatelé. Na Tachovsku žije celkem 52 868 obyvatel a to 26 485 mužů s průměrným věkem 40,2 let a 26 383 žen s průměrným věkem 39,5 let. Právě těmto obyvatelům chce majitel restaurace nabídnout posezení v historických prostorách kláštera, kde jim bude nabízet kvalitní jídla v klidném a nekuřáckém prostředí. (ČSÚ, 2015b)

Tab. č. 3: Průměrné měsíční peněžní vydání na osobu v ČR v Kč k 31. 12. 2015

	Zaměstnaní			OSVČ	nezaměstnaní
	Celkem	Bez dětí	S dětmi		
Stravovací služby	516	576	488	495	235

Zdroj: vlastní zpracování podle ČSÚ, 2016c

Konkurenční restaurace ve městě se výhradně zaměřují na podávání obědů a nepřipravují žádné speciální večerní menu. Právě zde vidí autor tržní mezeru a chce ji využít tak, že bude nabízet hostům kvalitní jídla až do večerních hodin. Dotazníkový průzkum autorovi ukázal, že obyvatelé přilehlých měst jsou ochotni za kvalitním jídlem cestovat i několik desítek kilometrů.

5.6.1 Porterův model pěti sil

Potenciální noví konkurenti

Trh s restauracemi má středně-malé bariéry pro vstup na trh. Ke zřízení restaurace je potřeba velké množství prvotních nákladů na nákup, pronájem prostoru a také na vybavení restaurace. Zakladatel restaurace by měl mít základní znalosti o provozování restaurace, ekonomické, marketingové, daňové a gastronomické znalosti. Dále je potřeba získání potřebných dokladů a povolení k provozování restaurace, schopnost vést lidi a vytvořit dobře fungující pracovní skupinu.

Náhradní služby

Za substituční služby restaurace se považují všechna zařízení, ve kterých se hosté mohou občerstvit, avšak nenabízí zákazníkovi komplexní službu, během jeho návštěvy, jako restaurace Posezení v klášteře. Tato substituční zařízení se nachází v relativní blízkosti klášterní restaurace a zaměřují se více na prodej jídla zákazníkovi, než na poskytování komplexní služby s obsluhou.

Substituční zařízení

Školní jídelna

Školní jídelna v Kladrubech vaří jídla nejen pro děti ve škole, ale také pro veřejnost. Zákazník si však musí toto jídlo jeden den předem objednat. Má možnost si jídlo objednat přes internet anebo osobně. Zákazník si objednané jídlo odnáší domů v jídlonosiči. Jídlo

se poskytuje za nižší cenu a tím částečně konkuruje restauraci Posezení v klášteře. Školní jídelna je také pro obyvatele města vzhledem k poloze dostupnější.

Čerpací stanice OMV

Čerpací stanice se nachází na dálnici D5 na 111 km ve směru na Plzeň. Tato čerpací stanice se nachází 3 km od klášterní restaurace. V čerpací stanici funguje bufet. Bufet nabízí různé saláty, klobásy, sekanou či plněné bagety. Dále má bufet, díky vlastní pekárně, k dispozici čerstvé pečivo po celý den. Pro místního obyvatele, který vlastní auto, je čerpací stanice dostupná během několika minut. Výhodou bufetu je, že má otevírací dobu 24 h denně a zákazníci se zde mohou rychle občerstvit.

Občerstvení Jevčák

Občerstvení Jevčák se nachází ve Stříbře v Nádražní ulici. Občerstvení je otevřeno pouze v letních měsících. Občerstvení se poskytuje na venkovní terase, vedle níž se nachází vlastní velké parkoviště. Zákazníci si zde mohou objednat tortillu, hranolky, klobásu či řízek. Občerstvení dále nabízí točenou zmrzlinu a ledovou tříšť. Hlavní výhodou pro zákazníky je, že se mohou v letních měsících v klidu osvěžit na venkovní terase.

Dodavatelé

Restaurace bude v prvních měsících, než si získá stabilitu, nakupovat zásoby formou jednorázových objednávek. V těchto měsících si majitel zjistí průměrnou spotřebu klášterní restaurace a popřípadě speciální přání hostů. Po několika měsících má restaurace v plánu uzavření dlouhodobějších smluv s dodavateli surovin a tím vyjednání lepších podmínek nákupu. Majitel bude vybírat dodavatele dle kvality a ceny produktů, referencí a vlastních získaných zkušeností. Samozřejmě si restaurace vytvoří široké portfolio dodavatelů, kteří jí budou tyto kvalitní suroviny poskytovat. Restaurace se bude snažit v rámci svých možností odebírat široký sortiment zboží od jednoho dodavatele, neboť velkým množstvím a roztříštěností dodavatelů nastávají problémy ve správě, dopravě a další spolupráci s dodavateli.

Existuje více dodavatelů, kteří dodávají produkty do restaurací. Majitel si tudíž pro sebe může vybrat ty nejvhodnější a s nimi vyjednat výhodné a profesionální vztahy. Proto dodavatelé na tomto trhu nemají silnou vyjednávací sílu.

Soupis všech dodavatelů pro klášterní restauraci je uveden v příloze G. V následující části autor uvádí některé nejvýznamnější dodavatele pro klášterní restauraci.

Řeznictví Pavel Pauch

Řeznictví se nachází v Kladrubech na náměstí Republiky. Toto řeznictví nabízí kvalitní maso a uzenářské výrobky od soukromých chovatelů. Majitel řeznictví je schopen dodat zboží i při zvýšené objednávce. Budou sjednány množstevní slevy na maso. Výhodou tohoto dodavatele je krátká vzdálenost od restaurace. Majitel řeznictví bude na základě smlouvy dovážet maso do restaurace vlastním dopravním prostředkem.

Zelí Křimice

Zelí Křimice se nachází v Plzní – Křimicích v Chebské ulici. Tento dodavatel nabízí kysané a krouhané zelí v období září – prosinec. V těchto měsících bude klášterní restaurace odebírat zelí výhradně od tohoto dodavatele. Zároveň bude restaurace od tohoto dodavatele odebírat i zelné saláty, brambory a cibuli. Křimické zelí se pěstuje již od roku 1926 a je známé nejen v západních Čechách. (Křimice - Forejt, 2016)

Makro Plzeň

Makro se nachází v Plzni v Obchodní ulici. Tento dodavatel nabízí v Plzeňském kraji službu distribuce až na provozovnu. Rozvoz zajišťuje zachlazenými vozidly šest dnů v týdnu. Restaurace bude od tohoto dodavatele odebírat po celý rok větší množství produktů. Z tohoto důvodu je distribuční služba pro klášterní restauraci výhodná. (makro, 2016)

Odběratelé

Odběratele autor rozdělil do čtyř věkových skupin. Bylo vypracováno dotazníkové šetření, ve kterém se autor snažil získat podrobnější informace o jejich stravování. Výsledky ankety budou vyhodnoceny v marketingovém plánu. Stravování odběratelů se liší nejen dle jejich věku, ale i postojem ke zdravému životnímu stylu. S rozvojem technologií hosté očekávají v restauraci kromě kvalitního jídla také různá moderní vybavení jako je například Wi – Fi připojení či placení platební kartou.

Charakteristika věkových skupin dle autora:

Věková skupina do 26 let

- spíše nepravidelná návštěvnost
- návštěvnost spíše večer
- objednávky spíše na pití než na jídlo
- finanční závislost (utrácí méně peněz)

Věková skupina 26 – 40 let

- pravidelná návštěvnost
- návštěvnost spíše přes den, zejména na obědy
- objednávky na jídlo i pití
- finanční nezávislost (utrácí více peněz)
- rodinné obědy, večeře
- objednávky svatebních hostin

Věková skupina 40 – 60 let

- pravidelná návštěvnost
- návštěvnost spíše přes den, zejména na obědy
- objednávky na jídlo i pití
- finanční nezávislost (utrácí více peněz)
- rodinné oslavy – jubilea

Věková skupina 60 let a více

- nepravidelná návštěvnost
- návštěvnost spíše přes den
- objednávky na jídlo i pití
- finanční nezávislost

Konkurence

Konkurence klášterní restaurace bude popsána v kapitole Analýza konkurence.

5.6.2 PESTEL analýza

Pomocí PESTEL analýzy autor zjišťuje možné vlivy vnějších faktorů, které působí na restauraci. Tyto faktory nemůže sama restaurace nijak ovlivnit.

Politické faktory

Politická situace na území České republiky je klidná a vyrovnaná. Nevyskytují se zde žádné politické či jiné konflikty. Zahraniční turisté se proto nemusí na území České republiky obávat žádného nebezpečí.

Česká republika je členem Evropské unie, tudíž turisté z členských zemí Evropské unie mohou vstoupit na území České republiky bez hraniční kontroly a pouze s občanským průkazem či cestovním pasem.

V České republice působí stabilní vláda z koalice ČSSD, ANO a KDU-ČSL. Tato vláda se zaměřuje převážně na zvýšení výběru daní z tržeb podnikatelů – zavedení elektronické evidence tržeb a tím zamezení rozvíjení šedé ekonomiky. Dále podporuje podnikání a boj proti korupci.

V roce 2017 proběhnou volby do poslanecké sněmovny parlamentu. Proto je nutné sledovat budoucí vývoj voleb do poslaneckého sněmovny, neboť mohou ve volbách zvítězit jiné strany a ty mohou mít jiné priority než má současná vláda ČR.

Autor vidí jako výhodu v PESTLE analýze, v části politické faktory, otevření hranic pro zahraniční turisty a tím zvýšení návštěvnosti kláštera a klášterní restaurace.

Ekonomické faktory

Ekonomickou situaci v České republice a tím i Plzeňského kraje lze popsat několika ukazateli. Základním ukazatelem je hrubý domácí produkt. Dalším ukazatelem je nezaměstnanost, průměrný plat a inflace. Všechny tyto ukazatele mají vliv na budoucí poptávku na českém trhu.

Hrubý domácí produkt po záporných letech 2012 a 2013 znovu začal v letech 2014 a 2015 výrazně růst. Predikce pro vývoj hrubého domácího produktu pro rok 2016 jsou na úrovni růstu 2,7 % a pro rok 2017 na úrovni 3 %. Tento vysoký růst hrubého domácí produktu je tažen výhradně domácí poptávkou a možností čerpaní evropských dotací z programového období 2007 – 2013 do konce roku 2015. (Ministerstvo financí ČR, 2016)

Tab. č. 4: Vývoj HDP v České republice v letech 2010-2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015			
						Q1	Q2	Q3	Q4
Růst v %	2,3	2	-0,9	-0,5	2	4	4,5	4,7	4

Zdroj: vlastní zpracování podle ČSÚ, 2016d

Plzeňský kraj vytvořil v roce 2014 HDP v objemu 5,2 % z celkové vyprodukované hodnoty České republiky, což je 6. místo v mezikrajském porovnání. Nejvyšší podíl byl v Praze 24,3 % a nejnižší podíl byl v Karlovarském kraji 1,9 %. V Plzeňském kraji bylo dosaženo velmi příznivých výsledků v podílu čistého disponibilního důchodu domácností na 1 obyvatele. Tento ukazatel stanovuje takzvané bohatství na daném území. Plzeňský

kraj dosáhl v roce 2014 na hodnotu ve výši 205 083 Kč. Tato hodnota je třetí nejvyšší v republice po Praze a Středočeském kraji. (Krajská správa ČSÚ v Plzni, 2016a)

Míra inflace v České republice byla pouze 0,3 % a to je nejméně od roku 2003. Tato hodnota je druhá nejnižší v historii samostatné České republiky od roku 1993. Hlavním důvodem nízké míry inflace byl propad světových cen minerálních paliv, tím byla vyvolána nízká míra inflace ve světovém měřítku. Prognóza míry inflace pro rok 2016 je 0,8 %. (Ministerstvo financí ČR, 2016)

Nezaměstnanost v Plzeňském kraji k 31. 12. 2015 činila 4,62 % z podílu nezaměstnaných osob v České republice, což je druhá nejnižší nezaměstnanost mezi kraji v České republice. Nejnižší nezaměstnanost je zaznamenána v hlavním městě 4,20 %, nejvyšší nezaměstnanost je naopak v Ústeckém kraji 8,91 %. Celková nezaměstnanost v České republice činní 5,64 %. V Plzeňském kraji se eviduje 2,2 uchazeče na jedno pracovní místo. Tato hodnota je nejlepší v celé České republice. V Praze se eviduje na jedno pracovní místo 2,5 uchazeče. V Ústeckém kraji se eviduje na jedno pracovních místo nejvíce nezaměstnaných a to 9,1 uchazeče. (ČSÚ, 2016e)

Nezaměstnanost v Tachovském okrese se v posledních letech výrazně snížila. Hlavním důvodem je výstavba nových podniků na Nové hospodě u Boru, Ostrově u Stříbra a samotném Stříbře. Tyto podniky nabízí velké množství pracovních míst a zároveň zajišťují autobusovou dopravu do podniků v celém okrese.

Tab. č. 5: Počet uchazečů na volné pracovní místo v okrese Tachov k 31. 12. 2015

	2012	2013	2014	2015
Počet uchazečů na 1 volné prac. místo	15,6	10	3,6	2,1

Zdroj: vllastní zpracování podle ČSÚ, 2016e

Průměrná měsíční mzda v České republice v roce 2015 vzrostla na 28 152 Kč. Toto zvýšení je znázorněno v meziročním srovnání růstu nominální mzdy o 3,9 % a růstu reálné mzdy o 3,8 %. Průměrná měsíční hrubá mzda v Plzeňském kraji činí 27 327 Kč. Zvýšení průměrné měsíční mzdy oproti roku 2014 činí 1 135 Kč, což je nárůst o 4,3 %. V Plzeňském kraji se zaznamenal výraznější růst průměrné měsíční mzdy, než je průměr České republiky. (Krajská správa ČSÚ v Plzni, 2016b).

V České republice se díky růstu hrubého domácího produktu, hrubé průměrné mzdy a snížení nezaměstnanosti rozvíjí ekonomika. Výrazně sníženou nezaměstnaností

v Tachovské okrese se zlepšily podmínky pro provozování restaurace. Jak již bylo uvedeno v kapitole analýza trhu, pracující lidé více navštěvují restaurace a jsou ochotni za služby zaplatit vyšší částky. Tím se zvyšuje potenciální trh pro nově zřizovanou restauraci v Kladrubech.

Sociální faktory

Plzeňský kraj je rozlohou třetím největším krajem v České republice. Hustota obyvatel v kraji je 76,1 obyvatele na 1 km^2 a tím kraj zaujímá 8. místo v České republice. V Plzeňském kraji se nachází 501 obcí, 57 měst a 12 městysů. (ČSÚ, 2015f)

V roce 2014 Plzeňský kraj eviduje 575 123 obyvatel. V krajském městě Plzni žije celkem 29,4 % populace Plzeňského kraje. V kraji žilo v roce 2014 celkem 85 258 dětí ve věku do 14 let, což je nárůst oproti roku 2013 o 1,3 %. Z celkové počtu obyvatel v kraji tvoří děti 14,8 %. V kraji se stále zvyšuje počet obyvatel v kategorii senioři ve věku 65 let a více. V roce 2014 žilo v kraji těchto seniorů celkem 105 556 obyvatel. Toto číslo je oproti roku 2013 vyšší o 3,1 %. Naopak počet obyvatel v produktivním věku se snížil o 0,7 % na 384 309 osob. V roce 2014 byl průměrný věk obyvatel na území Plzeňského kraje 42,1 let. Průměrný věk mužů byl 40,9 let a průměrný věk žen 43,3 let. Toto číslo je třetí nejvyšší v České republice. Před Plzeňským krajem je pouze kraj Královéhradecký a Zlínský. (ČSÚ, 2015f)

Od roku 2005, kdy děti do 14 let tvořily 14,3 % obyvatel, se počet dětí na 14,8 % prakticky nezměnil. Počet lidí v produktivním věku se od roku 2005 výrazně snížil ze 70,9 % na 66,8 %. Počet seniorů se naopak od roku 2005 zvýšil z 14,7 % na 18,4 %. (ČSÚ, 2015f)

Vzhledem k zvyšování počtu seniorů se bude majitel snažit této skupině věnovat patřičnou pozornost a nabízet jim vhodné služby.

Technologické faktory

Technologické faktory jsou pro provoz restaurace velmi důležité. Udávají nejnovější trendy pro provoz restaurace, jejího vybavení a kuchařských postupů při přípravě jídel. Tudíž je pro majitele a kuchaře velmi důležité sledovat neustále nové trendy v gastronomii a podle nich inovovat jídelníček. Nové a dokonalejší zařízení v kuchyni pomáhá rychlejší a kvalitnější přípravě jídel. Dále snižuje provozní náklady vzhledem k úspoře energie a některá zařízení mohou usnadnit práci personálu restaurace. Tak se mohou zkvalitnit a zrychlit služby pro hosty. Dotyková pokladna pomůže zrychlit a

zpřehlednit vystavování účtenek hostům restaurace. Dále je nutné nezaměřovat se pouze na vybavení kuchyně či obsluhy, ale také sledovat novinky ve vybavení prostor pro hosty. Toto vybavení může zpříjemnit návštěvu hosta a tím ho motivovat k další návštěvě klášterní restaurace. Tyto změny vedou ke zvýšení investičních výdajů, ale zároveň dávají předpoklad konkurenceschopné restaurace.

Environmentální faktory

Restaurace musí splňovat zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech. Restaurace má zároveň určitou společenskou odpovědnost, tudíž by se měla snažit chránit životní prostředí nad rámec tohoto zákona a tím přispívat ke zlepšení životního prostředí.

Zákon o odpadech zavedl takzvanou hierarchii odpadů. Zde se popisuje, že na prvním místě je třeba předcházet vzniku odpadů a na druhém místě je třeba se snažit o znovupoužití nepotřebných výrobků. Zákon dále udává, že materiálové využívání odpadů, takzvaná recyklace, má mít přednost před energetickým využíváním. Energetické využívání má přednost před skládkováním odpadů. (odpadjeenerg!e, 2012)

Restaurace musí správně třídit odpady a odpady určené k likvidaci je povinna likvidovat podle výše uvedeného zákona o odpadech.

Legislativní faktory

V České republice vymezuje provozování restaurace Živnostenský zákon. Přesně jde o živnost řemeslnou – hostinská činnost. Ekonomické a právní vymezení živnosti bylo popsáno v teoretické části práce. Restauraci ovlivňuje zákon č. 586/1992 Sb., o dani z příjmu. Tento zákon upravuje předmět daně, základ daně, sazbu daně, atd. Majitel se rozhodl, že bude vést účetnictví, které nahradilo předchozí podvojné účetnictví. Účetnictví upravuje zákon o účetnictví. Majitel se mohl místo účetnictví rozhodnout pro daňovou evidenci. Variantu účetnictví si autor vybral z toho důvodu, protože má s účetnictvím větší zkušenosti než s daňovou evidencí. (Finanční Správa, 2016)

Restaurace bude založena jako řemeslná živnost, a proto podnikatel má právo si vybrat, zda bude stanovovat základ daně podle skutečných výdajů či paušálem. Každý druh živnosti má stanovenou určitou procentní výši příjmů, ze kterých se stanovuje výše výdajů pro výpočet daně z příjmů. Pro živnost řemeslnou lze uplatnit výdaje ve výši 80 % příjmů, nejvýše 1 600 000 Kč za rok. (jakpodnikat.cz, 2016b)

Restaurace musí splňovat zákon o požární ochraně (133/1985 Sb.), na který navazuje vyhláška o požární prevenci (246/2001 Sb). Restaurace se také musí řídit zákonem

o potravinách a tabákových výrobcích (110/1994 Sb.). Tento zákon upravuje podávání potravin a nápojů. Restaurace bude muset dále splňovat hygienický předpis (137/2004 Sb.), který upravuje hygienické nároky provozování restauračních zařízení. Dále musí majitel sledovat zákon o ochraně spotřebitele (634/1991 Sb.). Pro zaměstnávání zaměstnanců se bude muset majitel řídit zákoníkem práce (634/2006 Sb.), který upravuje pracovní smlouvy, práva a povinnosti zaměstnance, zaměstnavatele, pracovní podmínky, atd.

Majitel restaurace musí sledovat platné zákony v České republice a kontrolovat, zda nedošlo ke změnám v zákonech či nebyly vydány v platnost nové vyhlášky, které se týkají jeho činnosti.

5.7 Analýza konkurence

Mezi hlavní konkurenty klášterní restaurace se zařazují restaurace, které se nachází ve vzdálenosti do 10 km.

Hostinec u kláštera

Hostinec se nachází v Kladrubech v Husově ulici. Hostinec je v provozu od roku 1990, proto autor může konstatovat, že majitel hostince má patřičné zkušenosti v oboru. Přímo před hostincem se nachází parkoviště pro 15 automobilů. Otevírací doba je úterý až čtvrtek 10–23 h, pátek a sobota 10–02 h a v neděli 11–23 h. V pondělí má hostinec zavřeno. Hostinec u kláštera disponuje příjemným interiérem prolínajícím se prvky tradiční a současné architektury. Některé z nich odkazují na klasickou českou hospodu. Hostinec je v průběhu oběda nekuřácký, jinak je během otevírací doby kuřácký. Hostinec nabízí každý den až 8 hotových jídel a široký výběr minutkových jídel se specializací na českou kuchyni. Hostinec nabízí široký výběr točených piv – Pilsner Urquell, Velkopopovický Kozel, Chodovar a Gambrinus a také točenou Kofolu. Hostinec má kapacitu 60 míst a dále salónek o kapacitě 30 míst. V letních měsících hostinec disponuje příjemnou krytou venkovní terasou s kapacitou 50 míst. V bezprostřední blízkosti restaurace se nachází dětský koutek. Hostinec také nabízí možnost pořádání rodinných oslav či svatebních hostin. (Hostinec U Kláštera, 2016)

Restaurace U Koruny

Restaurace se nachází v Kladrubech v Revoluční ulici. Restaurace je současným majitelem provozována pouze několik měsíců. Proto lze usoudit, že majitel teprve získává první zkušenosti s provozováním restaurace. Před restaurací se nachází veřejné

parkoviště pro 8 automobilů. Otevírací doba restaurace je pondělí až neděle 7–23 h. Interiér restaurace nabízí příjemné prostředí. Vybavení interiéru je v jednoduchém stylu, vždy řádně upravené. Restaurace je pouze nekuřácká. Nabízí každý den průměrně 6 hotových jídel a široký výběr minutkových pokrmů. Restaurace nabízí čepované pivo Chodovar, Svijany a točenou Kofolu. Restaurace má kapacitu 35 míst. (U Koruny Kladruby, 2016)

Restaurace hotelu U Branky

Restaurace se nachází ve Stříbře v Plzeňské ulici. Restaurace v hotelu je provozována několik let, proto má majitel dostatek zkušeností s provozováním restaurace. Hotel nabízí vlastní parkoviště pro 15 automobilů. Otevírací doba restaurace je pondělí až neděle 11 - 23 h. Interiér restaurace je zařízen v klasickém stylu, s historickými dekoračními doplňky. Restaurace je kuřácká. Nabízí 5 hotových jídel a široké minutkové menu. Restaurace se specializuje na českou a mezinárodní kuchyni. Nabízí točená piva Gambrinus, Pilsner Urquell a dále točenou Kofolu. Restaurace disponuje kapacitou 50 míst. V letních měsících poskytuje hostům venkovní terasu o kapacitě 30 míst.

Restaurace Sherwood

Restaurace se nachází ve Stříbře v Plzeňské ulici. Restaurace je ve Stříbře v provozu již několik let, proto má majitel dostatek zkušeností s provozem restaurace. Restaurace nedisponuje žádnými parkovacími místy. Otevírací doba restaurace je pondělí až čtvrtek 11:30–22 h, pátek a sobota 11:30–0 h. V neděli má restaurace zavřeno. Interiér restaurace vzhledem k malým prostorám působí romanticky a útulně. Restaurace je čistě nekuřácká. Nabízí denní menu i minutkové pokrmy. Restaurace se převážné zaměřuje na večeře. V restauraci se čepuje pivo Pilsner Urquell a Velkopopovický kozel. Restaurace má kapacitu 25 míst a dále salónek o kapacitě 15 míst. V letních měsících mohou hosté využít venkovní terasu.

Restaurace Q

Restaurace se nachází ve Stříbře v Benešově ulici. Restaurace před rokem změnila svého majitele. Nový majitel má s provozováním restaurační činnosti předchozí zkušenosti. Restaurace poskytuje parkoviště pro 7 automobilů. Otevírací doba restaurace je neděle až čtvrtek 10:30–22 h, pátek a sobota 10:30–01 h. Restaurace nabízí moderní interiér a po celou otevírací dobu je nekuřácká. Kuchyně restaurace nabízí nejen české speciality, ale také pizzu. Každý den restaurace nabízí polední menu o 3 jídlech. Dále nabízí čepované pivo Pilsner Urquell a Gambrinus. Tato restaurace disponuje kapacitou 24 míst.

V letních měsících restaurace nabízí hostům posezení v kryté venkovní terase o kapacitě 15 míst. (RestauraceQ, 2016)

Restaurace U Radnice

Restaurace se nachází ve Stříbře na Masarykovo náměstí. Majitel má restauraci v nájmu již několik let. Hosté mohou využít před restaurací veřejné parkoviště o kapacitě 5 parkovacích míst. Otevírací doba je pondělí až čtvrtek 11–22 h, v pátek 11–23 h, v sobotu 12–23 h a v neděli 12–22 h. Interiér restaurace je z masivního dřeva a zvláštností je voliéra umístěná za sklem ve zdi. Restaurace je rozdělena do dvou částí na kuřáckou a nekuřáckou. Každý den připravuje restaurace polední menu a nabízí řadu minutkových pokrmů. Restaurace se specializuje na vybrané speciality české a italské kuchyně. Dále nabízí na grilu připravované steaky. Restaurace čepuje pivo Pilsner Urquell, Staropramen a Gambrinus. Kapacita restaurace je 35 míst. V letních měsících restaurace disponuje venkovní zahrádkou.

5.8 Marketingový plán

V rámci marketingového výzkumu restaurace provedla průzkum trhu u potenciálních hostů. Od těchto hostů se restaurace snažila získat základní informace o návštěvnosti restauračních zařízení a priorit při výběru jídla. První dotazník byl rozdělen do čtyř věkových skupin.

Respondenti odpovídali na otázky:

1. Jak často navštěvujete restaurační zařízení?
2. Za jakým účelem restaurační zařízení navštěvujete?
3. Kolik jste ochotni za osobu za jednu návštěvu zaplatit?
4. Jste ochotni do kvalitní restaurace cestovat?
5. Dáváte přednost české kuchyni před světovou?
6. Preferujete zdravou výživu před tradiční?

Druhý dotazník nebyl rozdělen dle věku respondentů. Respondenti odpovídali na dvě otázky.

1. Jaké jídlo byste si z následující nabídky vybrali?
2. Jaký nápoj byste si z následující nabídky vybrali?

Grafické znázornění výsledků dotazníkového šetření bude uvedeno v příloze B.

Tab. č. 6: Počet respondentů prvního dotazníkového šetření dle věkových skupin

Věková skupina	Počet respondentů ve věkové skupině
Do 26 let	50
26-40 let	43
40-60 let	35
60 let a více	12

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

U otázky Jak často navštěvujete restaurační zařízení, měli možnost si respondenti vybrat z pěti možností – nenavštěvuji, 1x měsíčně, 2x měsíčně, 4x měsíčně, častěji. Ve věku do 26 let respondenti nejvíce využili odpověď 2x měsíčně (30 % respondentů), ve věku 26-40 let 2x měsíčně (47 % respondentů), ve věku 40-60 let 4x měsíčně (43 % respondentů) a ve věku 60 let a více respondenti shodně využili odpovědi 1x měsíčně a 2x měsíčně (42 % respondentů). Odpovědi ukázaly, že restauraci navštěvují hosté minimálně 1x za měsíc a ve věkové skupině 40-60 let i 4x za měsíc. Z těchto údajů lze předpokládat, že návštěvnost restaurace bude pro majitele dostačující.

U otázky Za jakým účelem restaurační zařízení navštěvujete, měli možnost si respondenti vybrat za tří možností – oběd, večeře, pití nápojů. Ve věku do 26 let respondenti nejvíce využili odpověď večeře (58 % respondentů), ve věku 26-40 let večeře (58 % respondentů), ve věku 40-60 let večeře (54 % respondentů) a ve věku 60 let a více večeře (100 % respondentů). Odpovědi ukázaly, že nejvíce hostů navštěvuje restauraci za účelem večeře, věková skupina 60 let a více chodí do restaurace pouze na večeře. Tento výsledek je pro restauraci velmi pozitivní. Restaurace bude připravovat obědy zejména pro turisty, kteří navštíví kladrubský klášter a pro místní hosty a hosty z okolí bude restaurace připravovat večeře. Restaurace se také na základě tohoto průzkumu rozhodla, že v zimních měsících bude orientovat pouze na vaření večeří.

U otázky Kolik jste ochotni za osobu za jednu návštěvu zaplatit, měli možnost si respondenti vybrat ze čtyř možností – do 100 Kč, do 200 Kč, do 300 Kč, více. Ve věku do 26 let respondenti nejvíce využili odpověď do 300 Kč (46 % respondentů), ve věku 26-40 let do 200 Kč (42 % respondentů), ve věku 40-60 let do 300 Kč (49 % respondentů),

a ve věkové skupině do 60 let a více do 200 Kč (83 % respondentů). Odpovědi ukázaly, že hosté jsou ochotni za kvalitní jídlo a služby zaplatit více než 100 Kč na osobu. Z toho vyplývá, že majitel může nakupovat na přípravu jídel i dražší a kvalitnější suroviny. Výnosy by měly být dostačující, pokrýt veškeré náklady a vytvořit zisk restaurace.

U otázky Jste ochotni do kvalitní restaurace cestovat, měli možnost si respondenti vybrat ze čtyř možností – ne, do 10 km, do 30 km, delší vzdálenost. Ve věku do 26 let respondenti nejvíce využili odpověď do 30 km (44 % respondentů), ve věku 26-40 let do 10 km (58 % respondentů), ve věku 40-60 let do 30 km (54 % respondentů) a ve věku 60 let a více do 10 km (75 % respondentů). Odpovědi ukázaly, že hosté jsou ochotni do kvalitní restaurace cestovat i 30 km. Z tohoto důvodu zaplatí autor propagaci restaurace v novinách i rádiu. Výsledkem bude informovanost o restauraci Posezení v klášteře i u potenciálních hostů, žijících ve větší vzdálenosti od Kladrub.

U otázky Dáváte přednost české kuchyni před světovou, měli možnost si respondenti vybrat za dvou možností – ano, ne. Ve věku do 26 let respondenti nejvíce využili odpověď ne (68 % respondentů), ve věku 26-40 let ne (51 % respondentů), ve věku 40-60 let ano (63 % respondentů) a ve věku 60 let a více ano (67 % respondentů). Odpovědi ukázaly, že čím vyšší věková skupina, tím více preferuje českou kuchyni před světovou. Z těchto výsledků je zřejmé, že se restaurace nemůže orientovat pouze na českou nebo pouze na světovou kuchyni. Tudíž bude do jídelníčku restaurace Posezení v klášteře zařazena jak česká, tak světová kuchyně.

U otázky Preferujete zdravou výživu před tradiční, měli možnost si respondenti vybrat ze tří možností – ano, někdy, ne. Ve věku do 26 let respondenti nejvíce využili odpověď někdy (54 % respondentů), ve věku 26-40 let někdy (52 % respondentů), ve věku 40-60 let někdy (48 % respondentů), ve věku 60 let a více ne (67 % respondentů). Odpovědi ukázaly, že respondenti mají zájem o zdravou výživu jen někdy a s vyšší věkovou skupinou tento zájem klesá. Restaurace Posezení v klášteře se přesto rozhodla, že bude mít zařazeno v jídelníčku alespoň jedno jídlo denně zaměřené na zdravou výživu. Hosté se často rozhodují podle aktuální nabídky.

U otázky Jaké jídlo byste si z následující nabídky vybrali, měli možnost si respondenti vybrat z 12 jídel z plánovaného jídelníčku restaurace. Respondenti nejvíce využili možnost vepřový řízek s bramborovým salátem (13,6 %), svíčková s houskovým knedlíkem (12,9 %) a caesar salát (12,1 %). Tyto získané údaje majitel využije k odhadu nákupu množství surovin potřebných pro jednotlivá jídla.

U otázky Jaký nápoj byste si z následující nabídky vybrali, měli možnost si respondenti vybrat z 11 nápojů z plánovaného nápojového lístku restaurace. Respondenti nejvíce využili možnost voda (22,1 %), točená Kofola (21,4 %) a pivo Chodovar (17,9 %). Tyto získané údaje majitel využije k odhadu výše zásob nápojů restaurace.

5.8.1 Marketingový mix

Produkt

Produktem podnikatelského záměru je nabídka restauračních služeb. Restaurace se bude zejména zaměřovat na tradiční českou a mezinárodní kuchyni, dále jedno jídlo pro vegetariány a jedno sladké jídlo pro děti. Kuchyně bude vařit výhradně z čerstvých a kvalitních surovin nakupovaných od ověřených regionálních dodavatelů. Všechna jídla se budou připravovat bez umělých dochucovadel a budou vařena profesionálním kuchařem s dlouholetou praxí.

Z marketingového výzkumu bylo zjištěno, že respondenti mají zájem nejen o českou tradiční kuchyni, ale i o jídla z mezinárodní kuchyně. Dále bylo zjištěno, že roste zájem o zdravou výživu, proto se majitel rozhodl do jídelníčku zařadit i tato jídla.

Tab. č. 7: Část jídelního lístku restaurace Posezení v klášteře

Jídlo	Popis
Vepřo-knedlo-zelo	Spojení tří oblíbených českých pochoutek: vepřové pečeně, knedlíků a kysaného zelí.
Svíčková s houskovým knedlíkem	Lahodná kombinace křehkého hovězího masa, krémové omáčky a houskových knedlíků.
Vepřový řízek s bramborovým salátem	Vepřová kýta obalená v trojobalu, bramborový salát s domácí zeleninou.
Caesar salát s kuřecím masem	Lehce natrhané listy římského salátu s grilovanými kousky kuřecích prsíček, lahodným dresinkem, křupavými krutóny a parmazánem.
Boloňské špagety	Italské špagety s mletým masem a parmazánem.

Jídlo	Popis
Kuskus se špenátem	Cibule, špenát a česnek orestovaný na olivovém oleji, zalité smetanou a doplněné kuskusem.
Palačinky s domácí marmeládou	Placka usmažená z tekutého těsta se sladkou náplní.
Rýžové nudle s kukuřicí a pórkem	Na oleji podušený pórek s kukuřicí s přidanými rýžovými nudlemi.

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Kromě jídel bude restaurace Posezení v klášteře nabízet alkoholické i nealkoholické nápoje, kávu a čaj.

Tab. č. 8: Část nápojového lístku restaurace Posezení v klášteře

Nápoj	Popis
Pivo	1. Pilsner Urquell 12° 2. Chodovar 11°
Víno	1. Modrý portugal 2. Veltlínské zelené
Aperitivy	1. Kladrubský likér 2. Becherovka 3. Jack Daniels
Čaj	1. černý 2. ovocný 3. zázvorový
Káva	1. Expresso 2. Latte Macchiato 3. Cappuccino
Nealkoholické nápoje	1. voda Bonaqua 2. minerální voda Mattoni 3. točená Kofola 4. ovocné džusy

zdroj: vlastní zpracování, 2016

Cena

Cena prodávaných produktů bude záviset zejména na pořizovací ceně surovin od dodavatelů. Dále bude prodejní cena ovlivněna výší provozních nákladů klášterní restaurace. Tyto náklady zahrnují pronájem prostor, mzdy majitele a zaměstnanců,

elektřinu, vodu, propagaci, internet, atd. Majitel musí k těmto nákladům přidat odpovídající marži, aby dosáhl plánovaného zisku. Dle dotazníkového šetření jsou respondenti ochotni zaplatit za kvalitní jídlo za osobu do 300 Kč. Díky tomuto výsledku majitel předpokládá, že dosáhne zisku, i když bude nakupovat kvalitnější a dražší suroviny. Majitel zároveň bude muset sledovat cenovou politiku konkurence. Mezi největší konkurenty zahrnuje restaurační zařízení přímo v Kladrubech – Hostinec U Kláštera a Restaurace U Koruny.

Distribuce

Restaurace Posezení v klášteře bude provozována v Kladrubech ulice Pozorka. Tyto prostory se nacházejí přímo v hradbách kláštera. Klášter se také nachází v blízkosti dálnice D5. Tuto skutečnost vnímá autor jako velkou výhodu pro restauraci.

Jídla budou hostům podávána pouze v prostorách restaurace. Restaurace bude disponovat 60 místy a v letních měsících se distribuční místo rozšíří o venkovní terasu s 40 místy. Hosté si budou moci předem tato místa rezervovat přes internetové stránky restaurace nebo na telefonním čísle klášterní restaurace. Tímto způsobem bude také možné si objednat společenské akce v prostorách klášterní restaurace.

Restaurace bude obsluhovat své hosty přímo u stolů, kam jim obsluha restaurace donese jídelní a nápojový lístek. Host si také bude moci objednat u baru restaurace. Připravené jídlo obsluha donese hostům ke stolu.

V začátcích podnikání autor zatím neuvažuje o dalších distribučních možnostech prodeje jídla. V budoucnu má autor v plánu poskytovat zákazníkům rozvoz jídel v okolí Kladrub.

Komunikace

Marketingová komunikace patří mezi základní prvky úspěšného podnikání. Zvláště pro novou restauraci je důležité mít správně nastavenou marketingovou komunikaci. Cílem této komunikace je informovat zákazníky o existenci restaurace, kde se restaurace nachází, jaké jsou její produkty, služby, ceny, atd.

Restaurace Posezení v klášteře si nechá vyrobit pět informačních cedulí, které rozmístí u silnic v okolí kláštera. Informační cedule bude informovat projíždějící řidiče o tom, že se v klášteře nachází restaurace. Dalším úkolem cedulí bude hosty správně do restaurace nasměrovat. V dotazníkovém šetření totiž bylo zjištěno, že hosté jsou ochotni do kvalitní restaurace cestovat 30 km i více.

Restaurace také využije moderní způsob propagace na internetu a sociálních sítí. Restaurace si vytvoří svůj vlastní profil na Facebooku a Instagramu. Na těchto stránkách bude restaurace informovat zákazníky o různých akcích, novinkách, atd. Bude zde zároveň sdílet fotografie připravovaných jídel a fotografie z různých akcí, do kterých se restaurace zapojila. Autor předpokládá, že pomocí těchto medií lze zaujmout velké množství lidí. Tato propagace je zcela zdarma a je snadno aktualizována, je cílená převážně na mladší hosty, kteří využívají sociální sítě.

Dále budou vytvořeny webové stránky restaurace Posezení v klášteře pro uživatele internetu, kteří nepoužívají sociální sítě. Zde bude restaurace informovat hosty o základních údajích restaurace, otevírací době a jídelníčku. Budou zde také k dispozici fotografie z akcí, do kterých se restaurace zapojila. Na webových stránkách bude zveřejněn krátký rozhovor s kuchařem klášterní restaurace. Dále na webových stránkách bude sekce pro rezervaci stolů a objednávku společenských akcí.

Dále si majitel nechá vytisknout 3 000 reklamních letáčků. Tyto letáčky mají informovat o otevření restaurace zákazníky, kteří nepoužívají internet. Reklamní letáčky budou informovat o datu otevření restaurace a jejím speciálním otevíracím menu. Reklamní letáčky budou vloženy do poštovních schránek všech domů v Kladrubech a přilehlých obcí. Zbylé letáčky budou rozdány v ulicích města Stříbro. Reklama s letáčky cílí především na obyvatele v okolí kladrubského kláštera.

Restaurace bude také propagována v Tachovském deníku. Zde umístí reklamu 3x týdně po dobu jednoho měsíce. Po této době bude další reklama v rámci Tachovského deníku zvážena. Úkolem této reklamy je dostat se do podvědomí potenciálních zákazníků Tachovského okresu.

Restaurace Posezení v klášteře bude mít další propagaci v nejvíce poslouchaném rádiu v České republice a to rádiu IMPULS. Zde se bude propagovat v rámci reklamy pro Plzeňský kraj. Reklama bude vysílána 3x denně každý druhý den po dobu 10 pracovních dní. Tato reklama bude cílit na lidi, kteří bydlí ve větší vzdálenosti od Kladrub.

Autor předpokládá, že tyto propagace přivedou do restaurace Posezení v klášteře dostačující počet hostů.

Tab. č. 9: Jednotlivé náklady na propagaci

Druh propagace	Cena v Kč
Informační cedule 122x81 cm 5 ks	3 250
Internetové stránky	7 248
Reklamní letáčky	2 100
Tachovský deník	6 000
Rádio Impuls	10 500
Celkem	**29 098**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

5.9 Provozní plán

Hlavní sezóna kladrubského kláštera začíná 1. května a končí 30. září. Restaurace Posezení v klášteře přizpůsobí svoji otevírací dobu návštěvním hodinám kláštera.

Otevírací doba:

květen až září:
pondělí: zavřeno
úterý-neděle **10:00-21:00**

říjen až duben:
pondělí: zavřeno
úterý-neděle **14:00-20:00**

Denní plán

Nástup personálu do zaměstnání bude dvě hodiny před otevírací dobou restaurace. S přípravou jídel bude kuchaři pomáhat obsluha i brigádníci. Po otevření restaurace bude kuchař vydávat jídla a obsluha se bude plně věnovat hostům restaurace. Roznášet jídla hostům a na jejich přání připravovat kávu či čaj. Objednávky hostů bude obsluha pro zrychlení provozu zadávat do dotykových pokladen. Po uzavření restaurace si kuchař udělá základní přípravu na další den a společně s personálem provedou úklid restaurace Posezení v klášteře.

Dalším úkolem kuchaře bude vést průběžně evidenci surovin kuchyně a každý večer předat majiteli požadavek na doplnění zásob. Majitel na základě tohoto požadavku

obstará dodání zásob od dodavatelů. Zároveň se majitel bude starat o celkový chod restaurace a vést účetnictví.

5.10 Finanční plán

Finanční plán restaurace se nejdříve zabývá náklady, které vznikají ještě před otevřením restaurace. Dále finanční plán popisuje náklady a výnosy vznikající v běžném provozu restaurace. Následně byl pomocí těchto údajů vypočítán plánovaný hospodářský výsledek pro první rok podnikání ve třech variantách.

Finanční plán restaurace Posezení v klášteře zachycuje tři možné varianty, a to optimistickou, realistickou a pesimistickou. Jednotlivé varianty jsou rozdílné v předpokládaném počtu hostů restaurace. Varianty budou stanoveny na základě návštěvnosti kláštera a odhadnuté návštěvnosti konkurenčních restaurací.

Majitel restaurace může do podnikání vložit ze svých vlastních prostředků 250 000 Kč. Tuto částku získá formou daru od prarodičů. Další prostředky pro podnikání ve výši 500 000 Kč majitel získá formou bezúročné půjčky od svých příbuzných. Majitel se domluvil s věřiteli, že půjčku začne splácet až po třech letech. Měsíční výše splátek bude 15 000 Kč.

Finance restaurace budou vedeny na Profi účtu pro začínající podnikatele, který bude zřízen u Komerční banky. Vedení účtu je na dva roky zdarma. Na tomto účtu budou rezervní peněžní prostředky, které budou sloužit na výplatu mezd, nákup surovin a uhrazení nenadálých výdajů.

5.10.1 Stanovení počtu hostů restaurace

Celková kapacita restaurace činí 60 míst, v letních měsících bude otevřena venkovní terasa s 30 místy. Majitel počítá, že se hosté v restauraci zdrží na jídlo průměrně jednu hodinu. Kapacita restaurace je tudíž při jedenáctihodinovém provozu 660 osob a při zimním šestihodinovém provozu 360 osob. V prvním roce provozu restaurace v měsících červenci a srpnu, v době hlavní sezóny, předpokládá optimistická varianta 30 % využití kapacity, realistická varianta 20 % a pesimistická varianta 10 %. V měsících květnu, červnu a září předpokládá optimistická varianta 20 % využití kapacity, realistická varianta 15 % a pesimistická varianta 7,5 %. V době, kdy je klášter uzavřen v měsících říjen až duben, optimistická varianta předpokládá 10 % využití kapacity, realistická varianta 7,5 % a pesimistická 5 %.

Tab. č. 10: Plánovaný počet hostů v jednotlivých období

Varianta	Optimistická	Realistická	Pesimistická
Hlavní sezóna	10 494	6 996	3 498
Květen, červen, září	13 596	10 197	5 098
Doba uzavření kláštera	5 508	4 131	2 754
Hosté celkem	**29 598**	**21 324**	**11 350**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

5.10.2 Výdaje spojené se založením restaurace

Založení restaurace nebude vyžadovat extrémní počáteční investice. Restaurace bude zřízena v prostorách, kde již restaurace bývala. Tímto majitel ušetří finance, které by jinak musel investovat do stavebních prací na úpravu prostor a na vybavení restaurace. Pronajatá restaurace disponuje základním vybavením. Majitel restaurace má však v plánu do kuchyně dokoupit další zařízení, které sníží provozní náklady a zrychlí dobu přípravy jídla. Z dražších zařízení má v plánu zakoupit konvektomat a myčku nádobí.

Tab. č. 11: Výdaje spojené se založením restaurace

Položka	Cena v Kč
Živnost ohlašovací – poplatek	1 000
Předplatné Internet - Starnet	3 000
Paušál – telefon O2	4 188
Pojištění – Česká pojišťovna	3 643
Malířské práce	2 500
Suroviny pro kuchyň	66 318
Nápoje	28 639
Kávovar De´Longhi ECAM 22.110B	9 423
Konvektomat UNOX ChefTop XVC 205	92 989
Myčka – Hoonved HSP 50	51 667
Elektronická fritéza EF-T40	36 567
Dotyková pokladna - SERD SC-8000	33 638
Ostatní vybavení (pomůcky, nádobí, atd.)	68 420
Notebook – Lenovo G50	10 999

Položka	Cena v Kč
Wi-fi router TP - link TL- WR841N	539
Software na účetnictví –AdmWin PU	7 900
Telefon – Huawei Y 6	3 789
Jídelní lístky 20x	2 980
Ubrusy, záclony	6 000
Čisticí a hygienické prostředky a kancelářské potřeby	2 500
Celkem	**425 700**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Výdaje spojené se založením restaurace Posezení v klášteře jsou ve výši 425 700 Kč. Zároveň musí majitel počítat s výdaji během prvního měsíce zřizování restaurace. Do těchto výdajů je nutné započítat výdaje na energie, mzdy, nájemné, atd. V lednu 2017 bude restaurace pro veřejnost ještě uzavřena.

Tab. č. 12: Zahajovací rozvaha restaurace Posezení v klášteře k 1. 1. 2017

Rozvaha k 1. 1. 2017 **(v Kč)**			
Aktiva		**Pasiva**	
Dlouhodobý majetek	**363 978**	**Vlastní kapitál**	**250 000**
DHM	144 656	Základní kapitál	250 000
Drobný DHM	211 422	**Cizí zdroje**	**500 000**
Drobný DNM	7 900	Půjčky	500 000
Oběžná aktiva	**386 022**		
Zásoby	94 957		
Pokladna	10 000		
Běžný účet	281 065		
Aktiva celkem	**750 000**	**Pasiva celkem**	**750 000**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Do dlouhodobého majetku restaurace Posezení v klášteře patří konvektomat a myčka nádobí. Tento majetek patří do 2. odpisové skupiny a bude odepisován lineárně. Do drobného dlouhodobého majetku patří ostatní vybavení restaurace, u kterého nepřesáhla pořizovací cena 40 000 Kč a bude se používat déle než jeden rok. Do drobného

dlouhodobého nehmotného majetku byl zařazen pořízený účetní software. V zásobách jsou zahrnuty měsíční náklady na pořízení surovin na přípravu jídel a pořízení zásoby nápojů.

5.10.3 Fixní náklady

Mzdové náklady

Restaurace bude v sezóně zaměstnávat více zaměstnanců než mimo sezónu. V zimním období od října do května bude mít restaurace tři stálé zaměstnance včetně majitele. Majitel si bude vyplácet 18 000 Kč měsíčně. Majitel bude podnikat prvním rokem, tudíž bude platit minimální odvody sociálního a zdravotního pojištění. Autor počítá pro následující rok 2017 s hodnotami pro rok 2016, pro rok 2017 totiž zatím nejsou hodnoty známy. Kuchaři bude vyplácen fixní plat 15 000 Kč hrubého a pomocné síle fixní plat 12 000 Kč hrubého. V době sezóny od začátku května do konce září bude mít restaurace celkem sedm zaměstnanců včetně majitele. Pracovní tým tří stálých zaměstnanců bude rozšířen o jednoho kuchaře a tři brigádníky. Kuchař bude zaměstnán na celý úvazek s fixním platem 13 000 Kč hrubého. S brigádníky bude uzavřena smlouva o provedení práce. Těmto brigádníkům bude vyplácena mzda ve výši 80 Kč/h. Brigádníci budou mít nepravidelnou pracovní dobu dle domluvy. Majitel bude sledovat, aby jejich měsíční pracovní doba nepřesáhla 125 hodin a tím mzda 10 000 Kč. Splněním této podmínky nebude muset majitel za ně platit sociální a zdravotní pojištění.

Tab. č. 13: Roční náklady restaurace na mzdy

	Berka	Sigmund	Pomocná síla	Kuchař na sezónu	Brigádníci
Hrubá mzda	216 000	180 000	144 000	65 000	148 800
Sociální pojištění	23 664	45 000	36 000	16 250	0
Zdravotní pojištění	21 876	16 200	12 960	5 850	0
Celkem	**261 540**	**241 200**	**48 960**	**22 100**	**148 800**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Nájemné

Smlouva na pronájem prostor v kladrubském klášteře bude na zkušební dobu jeden rok. Pokud se pronajímateli nájemce osvědčí, uzavře se pak nájemní smlouva vždy na tři roky. Autor bude platit roční nájemné ve výši 180 000 Kč.

Energie

Měsíční zálohy na elektřinu jsou odhadnuty ve výši 9 500 Kč. Průměrné měsíční náklady na plyn jsou odhadnuty ve výši 2 500 Kč. Měsíční zálohy na vodu jsou odhadnuty ve výši 4 000 Kč.

Odpisy

Z majetku restaurace Posezení v klášteře budou odpisovány dva stroje, konvektomat a myčka nádobí. Oba stroje jsou zařazeny v 2. odpisové skupině a budou se odpisovat lineárně po dobu pěti let.

Tab. č. 14: Odpisový plán konvektomat

Rok	Odpis	Oprávky	Zůstatková cena
2016	10 229	10229	82 760
2017	20 691	30920	62 069
2018	20 691	51611	41 378
2019	20 691	72302	20 687
2020	20687	92989	0

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Tab. č. 15: Odpisový plán myčka nádobí

Rok	Odpis	Oprávky	Zůstatková cena
2016	5 684	5 684	45 983
2017	11 496	17 180	34 487
2018	11 496	28 676	22 991
2019	11 496	40 172	11 495
2020	11 495	51 667	0

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Internet, telefon a pojištění

Internet pro restauraci bude zřízen od společnosti Starnet v roční výši 4 200 Kč. Paušál pro mobilní telefon bude zřízen u společnosti O2, kde bude měsíční paušál ve výši

349 Kč. Pojištění odpovědnosti podnikatele bude sjednáno u České pojišťovny v roční výši 3 643 Kč.

Ostatní fixní náklady

Majitel do ostatních fixních nákladů zařadil náklady na odvoz odpadů, propagaci, kancelářské potřeby, hygienické prostředky, členství v Hospodářské komoře a další výdaje, které jsou spjaty s provozem restaurace. Pro tyto náklady majitel stanovil částku 96 200 Kč ročně.

Tab. č. 16: Souhrn fixních nákladů

Fixní náklad	Roční částka
Mzdové náklady, SP a ZP	722 600
Nájemné	180 000
Energie	192 000
Odpisy	15 913
Internet, telefon a pojištění	12 031
Ostatní fixní náklady	96 200
Celkem	**1 218 744**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

5.10.4 Variabilní náklady

Variabilní náklady se skládají z nákladů na suroviny potřebných k přípravě jídel a nápojů. Ostatní náklady spojené s přípravou jídel a nápojů jsou zahrnuty ve fixních nákladech. Mezi ostatní náklady patří zejména mzdy, elektřina a voda.

Kalkulace variabilních nákladů jídel vychází ze surovin potřebných na přípravu jednoho jídla a cen dodavatelů. Kalkulace variabilních nákladů se především odvíjí od pořizovací ceny nápojů. Podrobná kalkulace ročních celkových variabilních nákladů u každého jídla a nápoje uvedena v příloze C.

Tab. č. 17: Kalkulace ročních celkových variabilních nákladů u jídel a nápojů

Varianta	Optimistická		Realistická		Pesimistická	
	Počet v Ks	**Celkové VN v Kč**	**Počet v Ks**	**Celkové VN v Kč**	**Počet v Ks**	**Celkové VN v Kč**
Jídla	29 598	1 106 534	21 324	795 816	11 350	423 555
Nápoje	39746	447 030	28 633	343 661	15 237	182 861
Celkem	**69 344**	**1 553 564**	**49 957**	**1 139 447**	**26 587**	**606 416**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Stanovení prodejní ceny

Prodejní cena v restauraci Posezení v klášteře se bude stanovovat na základě rozpočítání celkových nákladů na jedno jídlo. Pro výpočet prodejních cen jsou použity hodnoty z realistické varianty. Majitel se rozhodl rozdělit celkové fixní náklady. K jídlu bude přiděleno 85 % (967 932 Kč) fixních nákladů a k nápojům 15 % (170 812 Kč) fixních nákladů. Jednotkové celkové náklady jídel se budou skládat z odhadnutých jednotkových variabilních nákladů a jednotkových fixních nákladů. Dále se k těmto cenám přidá jednotná marže 20 %. Vzniklá cena se bude zaokrouhlovat nahoru na čísla končící pětkou nebo devítkou. Prodejní cena nápojů bude stanovena na základě cen konkurence s ohledem na pořizovací ceny nápojů. Podrobný rozpis stanovení prodejní ceny na každé jídlo a nápoj je uvedený v příloze D.

Plán tržeb

Tržby restaurace Posezení v klášteře se budou odvíjet od počtu připravovaných jídel a prodaných nápojů. Tržby budou stanoveny pro tři varianty: optimistická, realistická a pesimistická. Podrobné rozepsání tržeb na jednotlivá jídla a nápoje v příloze E.

Tab. č. 18: Roční tržby restaurace

Varianta	Optimistická		Realistická		Pesimistická	
	Počet v ks	**Tržby v Kč**	**Počet v ks**	**Tržby v Kč**	**Počet v ks**	**Tržby v Kč**
Jídla	29 598	2 984 442	21 324	2 149 952	11 350	1 144 340
Nápoje	39 746	1 000 570	28 633	724 416	15 237	385 477
Celkem	**69 344**	**3 985 012**	**49 957**	**2 874 368**	**26 587**	**1 529 817**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Výkaz zisku a ztráty

Výkaz zisku a ztráty si vytvořila restaurace ve třech variantách – optimistické, realistické a pesimistické. Plánovaný výkaz zisku a ztráty je zaměřen na rok 2017, neboť majitel má v plánu otevřít restauraci v průběhu ledna. Výkaz zisku a ztráty obsahuje veškeré náklady spojené se založením a provozem restaurace a také veškeré plánované tržby v roce 2017.

Tab. č. 19: Plánovaný výkaz zisku a ztráty za rok 2017

Výkaz zisku a ztráty 2017 (v Kč)			
Varianta	**Optimistická**	**Realistická**	**Pesimistická**
Náklady celkem	**2 772 308**	**2 358 221**	**1 825 160**
Variabilní náklady	**1 553 564**	**1 139 477**	**606 416**
Suroviny	1 106 534	795 816	423 555
Nápoje	447 030	343 661	182 861
Fixní náklady	**1 218 744**	**1 218 744**	**1 218 744**
Mzdové náklady, SP a ZP	722 600	722 600	722 600
Nájemné	180 000	180 000	180 000
Energie	192 000	192 000	192 000
Odpisy	15 913	15 913	15 913
Internet, telefon a pojištění	12 031	12 031	12 031
Ostatní fixní náklady	96 200	96 200	96 200
Výnosy celkem	**3 985 012**	**2 874 368**	**1 529 817**
Tržby jídlo	2 984 442	2 149 952	1 144 340
Tržby nápoje	1 000 570	724 416	385 477
Výsledek hospodaření před zdaněním	**1 212 704**	**516 147**	**-295 343**
Daň 15 %	181 906	77 423	0
Výsledek hospodaření	**1 030 798**	**438 724**	**-295 343**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Výsledek hospodaření restaurace Posezení v klášteře za první rok nám zobrazuje výsledky tří možných variant dle návštěvnosti restaurace. Varianta optimistická vyčísluje zisk po zdanění 1 030 798 Kč. V této variantě by byly pokryty všechny výdaje spojené se založením restaurace a bylo by možné splatit půjčku od příbuzných. Varianta realistická vyčísluje zisk po zdanění 438 724 Kč. V této variantě by zatím zcela nebyly pokryty veškeré výdaje spojené se založením restaurace. Varianta pesimistická nevyčísluje za první rok podnikání žádný zisk.

5.11 Analýza rizik

Majitel restaurace bude analyzovat rizika podnikání pomocí SWOT analýzy. Dále popíše nejvýznamnější rizika. Odhadne výši jejich pravděpodobnosti a velikost dopadu na restauraci.

SWOT analýza

Tab. č. 20: SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
Jídla z kvalitních a čerstvých surovin Moderní technologie Příjemné prostředí Individuální přístup Parkovací místa Nekuřácké prostředí Kvalifikovaná pracovní síla Česká kuchyně Zdravá jídla, vegetariánská jídla Propagace pomocí moderních technologií Salónek Možnost pořádání akcí v salónku Venkovní terasa Velká kapacita restaurace	Závislost na turistech Sezónní závislost Umístění na okraji města Nedostatek vlastních finančních prostředků Absence zkušeností s podnikáním Absence zkušeností v oboru u majitele Malé podvědomí u potenciálních klientů Absence bezbariérového přístupu Restaurace v pronájmu
Příležitosti	**Hrozby**
Utvoření stálé klientely Zvyšující se zájem v letních měsících po venkovní terase	Rostoucí hygienické nároky Vstup nové konkurence Zvyšující se ceny surovin

Příležitosti	Hrozby
Turisté navštěvující klášter	Změny v legislativě
Nové technologie	Rostoucí nároky hostů
Rozsáhlý trh	Lepší marketingová komunikace
Trend - lidé si doma vaří méně než dříve	konkurence
Rozvoj regionu Tachovsko	Možnost ukončení pronájmu
Snížení nezaměstnanosti	Nespolehliví uchazeči o práci

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Restaurace se bude snažit využívat moderní technologie při přípravě jídel, vybavení restaurace a také při propagaci restaurace. Díky klášterním prostorám může restaurace poskytnout hostům příjemné a historické prostředí. Tyto prostory restaurace budou výhradně nekuřácké. V letních měsících možnost venkovní terasy, která se nachází na nádvoří kláštera. Terasa nabízí hostům dokonalý pohled na kladrubský klášter. Další silnou stránkou je salónek restaurace, kde se mohou pořádat svatební hostiny přímo v restauraci, která se nachází v historických prostorách kláštera. Svatební hosté se mohou ihned po obřadu v klášteře přemístit na svatební hostinu do klášterní restaurace a nemusí absolvovat cestu autem do vzdálenější restaurace. Další velmi důležitou silnou stránkou jsou jídla z kvalitních a čerstvých surovin nakupovaných od osvědčených dodavatelů. Silné stránky bude restaurace zahrnovat do propagace restaurace, aby se dostaly do podvědomí zákazníka.

Restaurace se bude z příležitostí snažit především vytvořit stálou klientelu. Sledovat nové technologie a využít je v restauraci Posezení v klášteře ke zpříjemnění návštěvy hostů. Významnou příležitostí restaurace je, že se nachází v prostorách kláštera v Kladrubech. Navštěvuje ho velké množství turistů a restaurace je pro ně během návštěvy kláštera ihned dostupná. Příležitostí restaurace je také rozvoj regionu Tachovsko a tím snížení jeho nezaměstnanosti.

Hlavní slabou stránkou restaurace Posezení v klášteře je závislost na turistech navštěvujících kladrubský klášter během sezóny. Zejména na jejich návštěvnosti závisí úspěšnost klášterní restaurace. Další významnou slabou stránkou je, že majitel nemá žádné zkušenosti s podnikáním. Disponuje pouze s teoretickými znalostmi získaných na obchodní akademii a poté na fakultě ekonomické na Západočeské univerzitě v Plzni.

Provoz restaurace ohrožuje řada hrozeb. Mezi nejvýznamnější patří rostoucí hygienické nároky. Restaurace bude nucena neustále sledovat nová hygienická nařízení a dbát na jejich dodržování. Další hrozbou je, že konkurence zlepší marketingovou komunikaci. Odláká na jídlo do své restaurace jak turisty kladrubského kláštera, tak i místní obyvatele.

Restaurace se musí snažit využít silné stránky a příležitosti k odvrácení slabých stránek a hrozeb, aby udržela restauraci na vysoce konkurenčním restauračním trhu.

Rozbor nejvýznamnějších rizik restaurace

Majitel u těchto rizik stanovil pravděpodobnost nastání rizika a jeho potenciální dopad na restauraci. U pravděpodobnosti si majitel nastavil stupnici v rozmezí 0-1, u dopadu stupnici 0-10. Rozbor těchto rizik majiteli naznačí velikost rizika. Současně mu ukáže, jak může riziku předejít, popřípadě jak se na něj preventivně připravit.

Tab. č. 21: Rozbor rizik

Riziko	Popis	Pravděp.	Dopad	P*D
Chyby v podnikání	Špatné uvedení teoretických znalostí do praxe.	0,5	6	**3**
Hezké počasí	Lidé hezké letní počasí využívají k odpočinku u vody.	0,4	7	**2,8**
Nedostatečná propagace	Nedostatečná informovanost o restauraci u veřejnosti.	0,4	6	**2,4**
Nespolehliví zaměstnanci	Zaměstnanci nebudou dodržovat pracovní dobu, plnit pracovní povinnosti.	0,3	7	**2,1**
Zvýšení cen surovin a energií	Výrazný růst cen surovin a energií ovlivní cenu jídel a nápojů -> snížená návštěvnost.	0,2	4	**0,8**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Plán opatření proti rizikům

Chyby v podnikání

Majitel nemá žádné zkušenosti v podnikání, proto v prvním roce provozu restaurace bude zásadní rozhodnutí v rámci legislativy konzultovat s poradcem. Zároveň se bude zúčastňovat potřebných školení.

Hezké počasí

V letních měsících, když teploty přesahují 30 °C, výrazně klesá návštěvnost památkových objektů. Lidé tráví své volno především odpočinkem u vody. Majitel se bude snažit přilákat hosty, alespoň ve večerních hodinách, různými akcemi na venkovní terase.

Nedostatečná propagace

Může se stát, že zvolená propagace restaurace nebude mít předpokládaný úspěch. Hosté ze vzdálenějších míst nebudou o klášterní restauraci Posezení v klášteře dostatečně informováni. Majitel tudíž bude muset zvážit pokračování stávající reklamy, popřípadě bude muset propagaci restaurace rozšířit o jiná media.

Nespolehliví zaměstnanci

Při výběru zaměstnanců bude majitel společně s odpovědnou osobou (kuchařem) dávat přednost kvalifikovaným a zapracovaným uchazečům. Zaměstnanci budou následně seznámeni se svými pracovními povinnostmi, jejich dodržování a proškoleni s bezpečností práce. Se zaměstnanci bude uzavřena smlouva se zkušební dobou, aby se předešlo následným problémům s nedodržováním povinností.

Zvýšení cen surovin a energií

Při nevýrazném zvýšení cen surovin a energií se majitel bude snažit zachovat stávající ceny jídel a nápojů. Při výraznějším zvýšení cen surovin a energií by pak musel majitel přistoupit ke zvýšení cen jídel a nápojů. Zvýšení cen však může vést ke snížení počtu hostů v restauraci Posezení v klášteře.

5.12 Podpora podnikání

Majitel restaurace Posezení v klášteře se stane členem regionální Hospodářské komory Plzeňského kraje. Majitel se bude účastnit školení, seminářů a workshopů, které Hospodářská komora pořádá. Tím se bude majitel nadále vzdělávat a získávat další zkušenosti pro rozvoj podnikání. Při řešení situací, ve kterých nemá dostatečné znalosti a zkušenosti využije poradenské a konzultační služby poskytované komorou. Tak se bude chránit před zásadními chybami v podnikání, které by mohly mít velký dopad na provoz restaurace. Další výhodou členství v Hospodářské komoře České republiky je získání prestiže a tím získání i určité důvěry v kvalitu poskytovaných služeb. Dalším přínosem členství je získání větší informovanosti o podnikatelském prostředí, změnách v legislativě, apod. (Regionální Hospodářská komora Plzeňského kraje, 2015)

Majitel restaurace bude dále navštěvovat podnikatelské a inovační centrum BIC v Plzni. Toto centrum se zaměřuje na nefinanční podporu podnikání a nabízí podnikatelům velké množství zajímavých služeb. Majitel restaurace má v plánu se zúčastňovat workshopů, seminářů, kooperačních setkání, které BIC v Plzni pořádá a budou přínosem pro jeho podnikání. Majitel věří, že při návštěvách akcí pořádaných od BIC získá znalosti od více zkušených podnikatelů a poučení od expertů v rámci marketingu, komunikace se zaměstnanci a získání stálého zákazníka, apod. Vzniká také možnost, že majitel získá inspiraci pro další rozvoj svého know – how. (BIC Plzeň, 2016)

Další podporou v podnikání bude pro majitele pečlivé sledování portálu BusInessinfo.cz, který spravuje Ministerstvo průmyslu a obchodu. Na těchto webových stránkách jsou komplexní informace o fázích podnikání, daních, účetnictví, financování, legislativě, právu a podnikatelském prostředí. Dále na portálu získá majitel v dostatečném časovém předstihu veškeré změny v legislativě a tak bude mít čas na ně zareagovat. (Businessinfo.cz, 2016a)

5.13 Budoucí vývoj restaurace

Stabilita a budoucí vývoj klášterní restaurace Posezení v klášteře je závislá zejména na počtu turistů a hostů, kteří navštíví klášterní restauraci. Je třeba, aby byla vytvořena stálá klientela, která si restauraci oblíbí a bude ji pravidelně navštěvovat.

Ve finančním plánu byly vypracovány tři možné varianty návštěvnosti klášterní restaurace. V optimistické variantě restaurace vykázala vysoký zisk. V tomto případě by restaurace mohla pokračovat ve své činnosti stejným způsobem. Majitel by mohl uvažovat o otevření dalšího restauračního zařízení, které by nebylo závislé v takové míře na turistech. Nová restaurace by tak mohla prosperovat nejen v sezóně, ale po celý kalendářní rok.

V realistické variantě restaurace vykázala zisk. V tomto případě by se majitel snažil rozšířit činnosti v rámci klášterní restaurace. Jednalo by se například o rozvoz jídel po okolí či zvýšená propagace na svatby a jiné společenské akce v salónku. Dále by se majitel účastnil gastronomických festivalů v okolí, aby tak prezentoval klášterní restauraci.

V pesimistické variantě restaurace vykázala ztrátu. V tomto případě by majitel postupoval podobně jako u realistické varianty. Dalším krokem by byla snaha o zvýšení zajímavosti klášterní restaurace různými akcemi. Dále by majitel zvýšil propagaci

pro veřejnost, aby restaurace nebyla v takové míře závislá na turistech. V případě dalšího neúspěchu by majitel restauraci mimo sezónu uzavřel a restaurace by fungovala pouze v době otevření kláštera pro veřejnost.

5.14 Přílohy k podnikatelskému plánu

Přílohy pro tento podnikatelský plán jsou součástí příloh celé bakalářské práce.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo, na základě podnikatelského záměru, vypracovat podnikatelský plán pro klášterní restauraci Posezení v klášteře. Praktická část byla vypracována za základě teoretické části.

Bakalářská práce byla v teoretické části zaměřena nejprve na definování základních pojmů z podnikatelské činnosti. Dále popisovala možné podpory podnikání a právní formy umožňující podnikání v České republice. Z těchto forem si autor, jak již bylo uvedeno, vybral živnost řemeslnou – hostinská činnost. V teoretické části tudíž uvádí postup a podmínky pro získání zvolené živnosti. Dále v teoretické části autor popisoval jednotlivé části podnikatelského plánu. Celý podnikatelský plán byl rozdělen, jak v teoretické, tak i v praktické části do třinácti podkapitol.

V praktické části bakalářské práce se autor věnoval podnikatelskému plánu klášterní restaurace Posezení v klášteře. Hlavním segmentem, na který se chtěl autor zaměřit, jsou turisté navštěvující kladrubský klášter. Při vypracování jednotlivých částí podnikatelského plánu autor vycházel z teoretické části. Nejdříve v podnikatelském plánu autor popisoval restauraci a charakterizoval produkty a poskytované služby. V další kapitole provedl analýzu trhu a jeho potenciální velikost. Kladrubský klášter v roce 2014 navštívilo celkem 19 486 turistů. Dále autor v této kapitole analyzoval okolí restaurace pomocí Porterova modelu pěti sil a PESTEL analýzy.

V marketingovém plánu autor vyhodnocoval výsledky dotazníkového šetření. Z výsledků je zřejmé, že restauraci průměrně lidé navštěvují 2x měsíčně. Autor také zjišťoval, jakou kuchyni respondenti preferují a jaké je jejich oblíbené jídlo. Výsledky ukázaly, že respondenti mají zájem o českou i světovou kuchyni, někdy i o zdravou výživu. Na základě těchto výsledků byl vytvořen jídelníček pro klášterní restauraci. Výsledky tohoto šetření byly podkladem pro výpočet celkových variabilních nákladů pro jednotlivé varianty návštěvnosti restaurace.

Finanční plán je nedílnou součástí podnikatelského plánu. Ukazuje, zda je podnikatelský plán uskutečnitelný. Nejdříve byly sepsány výdaje spojené se založením restaurace, výdaje byly ve výši 425 700 Kč. Dále byly propočítány fixní náklady, náklady byly ve výši 1 218 744 Kč. Do fixních nákladů byly zahrnuty náklady spojené s provozem restaurace, jako je nájemné, energie, internet, atd. Další podkapitolou finančního plánu byly variabilní náklady. Výše těchto nákladů se stejně jako tržby odvíjejí od odhadnuté

návštěvnosti restaurace. Poslední podkapitolou finančního plánu bylo vypracování výkazu zisku a ztráty pro každou ze tří předpokládaných variant návštěvnosti. V optimistické variantě autor předpokládá zisk po zdanění ve výši 1 030 798 Kč, v realistické variantě předpokládá zisk po zdanění ve výši 438 724 Kč a v pesimistické ztrátu ve výši - 295 343 Kč.

Další kapitolou podnikatelského plánu byla analýza rizik. Autor ke zjištění silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb využil SWOT analýzu. Dále stanovil pomocí pravděpodobnosti a dopadu seznam nejvýznamnějších rizik pro klášterní restauraci. Mezi tato rizika patří chyby v podnikání a hezké počasí. Jako prevenci proti chybám v podnikání využije podnikatel z možných podpor podnikání – členství v Hospodářské komoře České republiky, semináře a školení poskytované Hospodářskou komorou a centrem BIC v Plzni a dále bude sledovat portál Businessinfo.cz.

Budoucí vývoj klášterní restaurace Posezení v klášteře se v realistické variantě návštěvnosti jeví jako uskutečnitelný.

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Znaky podniku podle E. Gutenberga 12
Tab. č. 2: Návštěvnost kláštera v Kladrubech 38
Tab. č. 3: Průměrné měsíční peněžní vydání na osobu v ČR v Kč k 31. 12. 2015..... 39
Tab. č. 4: Vývoj HDP v České republice v letech 2010-2015..... 43
Tab. č. 5: Počet uchazečů na volné pracovní místo v okrese Tachov k 31. 12. 2015.... 44
Tab. č. 6: Počet respondentů prvního dotazníkového šetření dle věkových skupin 50
Tab. č. 7: Část jídelního lístku restaurace Posezení v klášteře 52
Tab. č. 8: Část nápojového lístku restaurace Posezení v klášteře..... 53
Tab. č. 9: Jednotlivé náklady na propagaci..... 56
Tab. č. 10: Plánovaný počet hostů v jednotlivých období 58
Tab. č. 11: Výdaje spojené se založením restaurace..... 58
Tab. č. 12: Zahajovací rozvaha restaurace Posezení v klášteře k 1. 1. 2017 59
Tab. č. 13: Roční náklady restaurace na mzdy 60
Tab. č. 14: Odpisový plán konvektomat..... 61
Tab. č. 15: Odpisový plán myčka nádobí 61
Tab. č. 16: Souhrn fixních nákladů..... 62
Tab. č. 17: Kalkulace ročních celkových variabilních nákladů u jídel a nápojů 63
Tab. č. 18: Roční tržby restaurace 63
Tab. č. 19: Plánovaný výkaz zisku a ztráty za rok 2017..... 64
Tab. č. 20: SWOT analýza..... 65
Tab. č. 21: Rozbor rizik 67

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Klasifikace živností v České republice 20

Obr. č. 2: Klasifikace podnikání právnických osob 22

Obr. č. 3: Logo restaurace Posezení v klášteře 32

Seznam použitých zkratek

Zkratka	Vysvětlení
AMSP	Asociace malých a středních podniků
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
č.	číslo
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
D	dopad
DHM	dlouhodobý hmotný majetek
DNM	dlouhodobý nehmotný majetek
EGAP	Exportní garanční pojišťovací společnost
h	hodina
HDP	hrubý domácí produkt
Kč	Koruna česká
ks	kus
Obr.	obrázek
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
P	pravděpodobnost
SP	sociální pojištění
Tab.	tabulka
tis.	tisíc
VN	variabilní náklady
ZP	zdravotní pojištění

Seznam použité literatury

Tištěná literatura

ABRAMS, Rhonda a Julie VALLONE. *Obchodní plán: vytvořte ho správně a rychle!*. Hodkovičky [Praha]: Pragma, 2007. ISBN 978-80-7349-052-2.

HANZELKOVÁ, Alena. *Strategický marketing: teorie pro praxi*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2009, xix, 170 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-120-8.

KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2007. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-251-1605-0.

KOTLER, Philip, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. Moderní marketing: 4. evropské vydání. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-247-1545-2.

PAVLÁK, Miroslav. *Ekonomika malých a středních podniků: studijní opora*. Vyd. 1. V Plzni: Západočeská univerzita, 2014. ISBN 978-80-261-0400-1.

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

SRPOVÁ, Jitka. Podnikatelský plán a strategie. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 194 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.

SKÁLOVÁ, Petra. *Podniková ekonomika 1*. 3. vyd. V Plzni: Západočeská univerzita, 2012. ISBN 978-80-261-0049-2.

SOUČEK, Zdeněk. *Strategie úspěšného podniku: symbióza kreativity a disciplíny*. Vydání první. V Praze: C.H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-572-5.

SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.

TAUŠL PROCHÁZKOVÁ, Petra. *Podniková ekonomika 1*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2014. ISBN 978-80-261-0409-4.

TYLL, Ladislav. *Podniková strategie*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2014. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-507-7.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

VOJÍK, Vladimír. Vybrané kapitoly z managementu malých a středních podniků. Vyd. 2., přeprac. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0781-1.

WÖHE, Günter a Eva KISLINGEROVÁ. *Úvod do podnikového hospodářství*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Překlad Zuzana Maňasová. V Praze: C.H. Beck, 2007. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7179-897-2.

IRCINGOVÁ, Jarmila a kol. *Zahájení podnikání z různých úhlů pohledu*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2014. ISBN 978-80-261-0381-3.

Elektronické zdroje

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR: *Stanovy AMSP ČR.* [online]. Stanovy AMSP ČR, 2014. [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: http://www.amsp.cz/stanovy

BIC Plzeň: *Plzeňský business kotel.* [online]. BIC Plzeň, 2016. [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: http://www.bic.cz/plzensky-business-kotel.htm

Bio-info: *Veganů a vegetariánů přibývá.* [online]. Bio-info, 2014. [cit. 2016-02-02]. Dostupné z: http://www.bio-info.cz/zpravy/veganu-a-vegetarianu-pribyva

Businesscenter.cz: Zrušený obchodní zákoník zákon č. 513/1991 Sb., §2 Podnikání. [online]. businesscenter.cz 2014a, zákon č. 513/1991 Sb., §2. [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast1.aspx

Businesscenter.cz: Zrušený obchodní zákoník zákon č. 513/1991 Sb., §5. [online]. businesscenter.cz 2014b, zákon č. 513/1991 Sb., §5. [cit. 2016-01-07]. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast1.aspx

Businesscenter.cz: Živnostenský zákon, zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání §2. [online]. (businesscenter.cz, 2016a, zákon č. 455/1991 Sb., § 2). [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast1.aspx

Businesscenter.cz: Občanský zákoník, zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník §420. [online]. businesscenter.cz 2016b, zákon č. 89/2012 Sb., § 420. [cit. 2016-01-07]. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/cast1h2d5.aspx

Businesscenter.cz: Občanský zákoník, zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník §502. [online]. businesscenter.cz 2016c, zákon č. 89/2012 Sb., § 520. [cit. 2016-01-07]. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/cast1h4d2.aspx

Businessinfo.cz: *O portálu.* [online]. Businessinfo.cz, 2016a. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/specialni-stranky/o-portalu.html

Businessinfo.cz: *Koncepce podpory MSP 2014-2020.* [online]. Businessinfo.cz, 2015b. [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/koncepce-politiky-msp-2014-2020-27913.html

Businessinfo.cz: *Řemeslná živnost pro fyzické osoby s bydlištěm na území ČR.* [online]. Businessinfor.cz, 2016c. [cit. 2016-01-20]. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/remeslna-zivnost-fo-bydliste-uzemi-cr-4899.html

Centrum pro regionální rozvoj České republiky: *O nás.* [online]. Centrum pro regionální rozvoj ČR, 2016a. [cit. 2016-01-08]. Dostupné z: http://www.crr.cz/cs/crr/o-nas/

Centrum pro regionální rozvoj České republiky: *Enterprise Europe Network.* [online]. Centrum pro regionální rozvoj ČR, 2016b. [cit. 2016-01-08]. Dostupné z: http://www.crr.cz/cs/podpora-podnikani/een-o-nas/

CzechInvest: *O CzechInvestu.* [online]. CzechInvest, 2016. [cit. 2016-01-08]. Dostupné z: http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu

CzechTrade: *Představení CzechTrade.* [online]. CzechTrade, 2016. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni

Česká exportní banka: *Profil banky.* [online]. Česká exportní banka, 2016. [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: https://www.ceb.cz/kdo-jsme/profil-banky

Českomoravská záruční a rozvojová banka: *Kdo jsme.* [online]. Českomoravská záruční a rozvojová banka, 2016. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: http://www.cmzrb.cz/o-bance/kdo-jsme

ČSÚ [Český statistický úřad]: *Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních*. [online]. ČSÚ, 2016a. [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&sp=N&skupId=1330&nahled=N&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_null_null_&verze=-1&z=T&f=TABULKA&katalog=31743&zo=N&pvo=CRU03&pvo=CRU03&str=v294&c=v3~8__RP2015&u=v294__VUZEMI__428__05

ČSÚ [Český statistický úřad]: *Tab. 1.4. Počet obyvatel podle regionů soudržnosti, krajů a okresů v 1. - 3. čtvrtletí 2015.* [online]. ČSÚ, 2015b. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/20555783/13006215q314.pdf/335f34db-bca8-48e2-8238-a9f38093d4ac?version=1.0

ČSÚ [Český statistický úřad]: *Tab. 1b Typy domácností Statistika rodinných účtů 4. čtvrtletí 2015.* [online]. ČSÚ, 2016c. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/20561723/160020q402.pdf/d5ea2492-31d3-4897-9b04-a5108d526e50?redirect=https%3A%2F%2Fwww.czso.cz%2Fcsu%2Fczso%2Fdomov%3Fp_p_id%3D3%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dmaximized%26p_p_mode%3Dview%26_3_groupId%3D0%26_3_keywords%3Drestaurace%26_3_struts_action%3D%252Fsearch%252Fsearch%26_3_redirect%3D%252Fweb%252Fczso%252Fkatalog-produktu-vydavame%26_3_y%3D0%26_3_x%3D0

ČSÚ [Český statistický úřad]: *HDP výrobní metodou (objemové indexy, SOPR=100).* [online]. ČSÚ, 2016d. [cit. 2016-02-16]. Dostupné z: http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenka.presmsocas

ČSÚ [Český statistický úřad]: *Nezaměstnanost v Plzeňském kraji k 31. 12. 2015.* [online]. ČSÚ, 2016e. [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11252/38297473/nezamestnanost_12_2015.pdf/c09689c4-c87b-42ca-95e3-1d0536a2adab?redirect=https%3A%2F%2Fwww.czso.cz%2Fcsu%2Fczso%2Fdatabaze-demografickych-udaju-za-obce-cr%3Fp_p_id%3D3%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dmaximized%26p_p_mode%3Dview%26_3_groupId%3D0%26_3_keywords%3Dnezamestnanost_12_2015%2B%26_3_struts_action%3D%252Fsearch%252Fsearch%26_3_redirect%3D%252Fweb%252Fczso%252Fkatalog-produktu-vydavame%26_3_y%3D0%26_3_x%3D0

ČSÚ [Český statistický úřad]: *Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje Plzeňského kraje 2014.* [online]. ČSÚ, 2015f. [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/33673608/33013315.pdf/1392d769-279d-4c57-835e-829a47453efd?redirect=https%3A%2F%2Fwww.czso.cz%2Fcsu%2Fczso%2Fdomov%3Fp_p_id%3D3%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dmaximized%26p_p_mode%3Dview%26_3_groupId%3D0%26_3_keywords%3Dtachovsko%2B%26_3_struts_action%3D%252Fsearch%252Fsearch%26_3_redirect%3D%252Fc%252Fportal%252Flayout%253Fp_l_id%253D20137706%2526p_v_l_s_g_id%253D0%26_3_y%3D7%26_3_x%3D12/

Exportní garanční a pojišťovací společnost: *Profil*. [online]. EGAP, 2016. [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: http://www.egap.cz/o-spolecnosti/profil/index.php

Finanční Správa: *Obecné informace*. [online]. Finanční Správa, 2016. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: http://www.financnisprava.cz/cs/dane-a-pojistne/dane/dan-z-prijmu/ucetnictvi/obecne-informace

Hospodářská komora České republiky: *Hospodářská komora České republiky.* [online]. Hospodářská komora České republiky, 2016a. [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: http://www.komora.cz/hospodarska-komora-ceske-republiky/hospodarska-komora-ceske-republiky-hk-cr/

Hostinec U Kláštera: *O nás.* [online]. Hostinec U Kláštera, 2016. [cit. 2016-02-23]. Dostupné z: http://www.pension-kladruby.cz/cz/o-nas/

iPodnikatel.cz: *Jak založit živnost – podmínky pro založení živnosti.* [online]. iPodnikatel, 2016. [cit. 2016-01-20]. Dostupné z: http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-zivnosti/jak-zalozit-zivnost-podminky-pro-zalozeni-zivnosti.html

jakpodnikat: *Živnostenské oprávnění, založení a přerušení živnosti.* [online]. jakpodnikat, 2016a. [cit. 2016-01-20]. Dostupné z: http://www.jakpodnikat.cz/zivnostensky-list-ziskat.php

jakpodnikat: *Výdaje procentem z příjmů.* [online]. jakpodnikat, 2016b. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: http://www.jakpodnikat.cz/pausalni-vydaje-procentem.php

klášterKladruby: *Měsíční přehled návštěvnosti prohlídek.* [online]. klášterKladruby, 2014. [cit. 2016-02-02]. Dostupné z: http://kladruby.euweb.cz/pages/prohlidky/statistiky.htm

Krajská správa ČSÚ v Plzni: *Ekonomika v Plzeňském kraji se vyvíjela příznivě.* [online]. Krajská správa ČSÚ v Plzni, 2016a. [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xp/ekonomika-v-plzenskem-kraji-se-vyvijela-priznive

Krajská správa ČSÚ v Plzni: *Průměrná hrubá měsíční mzda ve 4. čtvrtletí 2015.* [online]. Krajská správa ČSÚ v Plzni, 2016b. [cit. 2016-03-11]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xs/prumerna-hruba-mesicni-mzda-ve-4-ctvrtleti-2015

Křimice – Forejt: *Zelí Křimice – tradiční zelí z Křimic.* [online]. Křimice – Forejt, 2016. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: http://www.krimicke-zeli.cz/

Makro: Plzeň. [online]. makro, 2016. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: http://www.makro.cz/prodejny/plzen

MěstoKladruby: *Obce ve správním územní města Klaruby.* [online]. Kladruby, 2014. [cit. 2016-02-04]. Dostupné z: http://www.kladruby.cz/obce-ve-spravnim-uzemni-mesta-kladruby

MěstoStříbro: *Základní informace o městě Stříbře.* [online]. Stříbro, 2013. [cit. 2016-02-04]. Dostupné z: http://www.mustribro.cz/zakladni_info_mesto.php

Ministerstvo financí ČR: *Makroekonomická predikce – leden 2016.* [online]. Ministerstvo financí ČR, 2016. [cit. 2016-02-16]. Dostupné z: http://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/makroekonomika/makroekonomicka-predikce/2016/makroekonomicka-predikce-leden-2016-23826

Národní asociace pro rozvoj podnikání: *Národní asociace pro rozvoj podnikání.* [online]. Národní asociace pro rozvoj podnikání, 2016. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: http://www.narp.cz/index.php/o-asociaci-narp.html

Odpad je energ!e: *zákon o odpadech č. 185/2001 Sb.* [online]. odpadjeenerg!e, 2012. [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: http://www.odpadjeenergie.cz/legislativa/zakon-o-odpadech-c-185-2001-sb

Regionální hospodářská komora Plzeňského kraje: *Výhody členství.* [online]. Regionální hospodářská komora Plzeňského kraje, 2015. [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: http://www.rhkpk.cz/clenstvi-v-rhk-pk/vyhody-clenstvi-1/vyhody-clenstvi.aspx

RestauraceQ: *Restaurace Q Stříbro.* [online]. RestauraceQ, 2016. [cit. 2016-02-23]. Dostupné z: http://www.restauraceq.cz/

Stemmark: *Příjezdový cestovní ruch v roce 2013.* [online]. Stemmark, 2014. [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/172dfa32-deeb-4183-aea0-2188ec53a4a3/Prijezdovy-cestovi-ruch-CR-za-rok-2013.pdf

U Koruny Kladruby: *Vítejte na našich stránkách*. [online]. U Koruny Kladruby, 2016. [cit. 2016-02-23]. Dostupné z: http://ukorunykladruby.sweb.cz/

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha B: Grafické znázornění dotazníkového šetření

Příloha C: Kalkulace ročních celkových variabilních nákladů

Příloha D: Stanovení prodejní ceny

Příloha E: Roční tržby

Příloha F: Umístění restaurace na mapě

Příloha G: Soupis dodavatelů

Příloha A: Dotazník (první)

Restaurace

Prosím o vyplnění dotazníku, jehož vyhodnocení bude použito pro bakalářskou práci.

Dotazník je dobrovolný a anonymní. Předem děkuji za vyplnění.

☐ muž ☐ žena

Věk

☐ do 26 let ☐ 26 - 40 let ☐ 40 - 60 let ☐ 60 let a více

1. Jak často navštěvujete restaurační zařízení?

☐ nenavštěvuji ☐ 1x měsíčně ☐ 2x měsíčně ☐ 4x měsíčně ☐ častěji

2. Za jakým účelem navštěvujete restaurační zařízení?

☐ oběd ☐ večeře ☐ pití nápojů

3. Kolik jste ochotni za osobu za jednu návštěvu zaplatit?

☐ do 100 Kč ☐ do 200 Kč ☐ do 300 Kč ☐ více

4. Jste ochotni do kvalitní restaurace cestovat?

☐ ne ☐ do 10 km ☐ do 30 km ☐ delší vzdálenost

5. Dáváte přednost české kuchyni před světovou?

☐ ano ☐ ne

6. Preferujete zdravou výživu před tradiční?

☐ ano ☐ někdy ☐ ne

Příloha A: Dotazník (druhý)

1. Jaké jídlo byste si z následující nabídky vybrali?

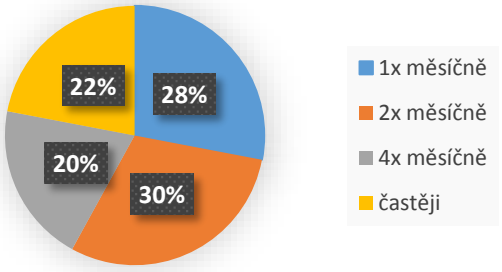
- ○ Vepřo-knedlo-zelo
- ○ Svíčková s houskovým knedlíkem
- ○ Vepřový řízek s bramborovým salátem
- ○ Ceaser salát s kuřecím masem
- ○ Boloňské špagety
- ○ Kuskus se špenátem
- ○ Palačinky s domácí marmeládou
- ○ Rýžové nudle s kukuřicí a pórkem
- ○ Sikulské vepřové žebírko a houskový knedlík
- ○ Mexický guláš a dušená rýže
- ○ Tatarák z hovězího masa s topinkami
- ○ Smažený sýr a hranolky

2. Jaký nápoj byste si z následující nabídky vybrali?

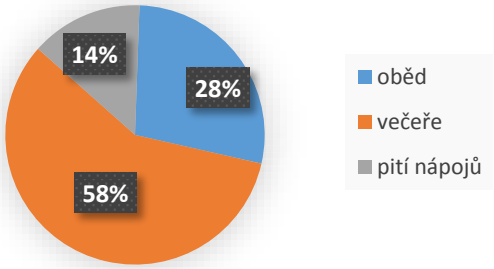
- ☐ pivo - Pilsner Urquel
- ☐ pivo - Chodovar 11°
- ☐ vodu
- ☐ minerální vodu
- ☐ točená Kofola
- ☐ ovocné džusy
- ☐ káva
- ☐ čaj
- ☐ víno - červené
- ☐ víno - bílé
- ☐ aperitiv

Příloha B: Grafické znázornění dotazníkového šetření (prvního)

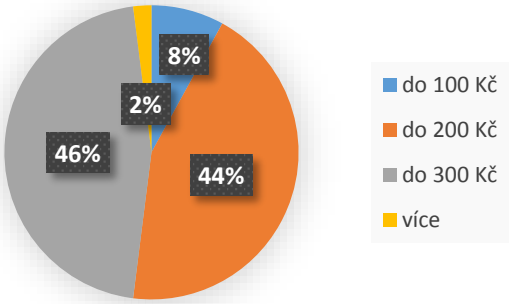
Jak často navštěvujete restaurační zařízení? (věk do 26 let)



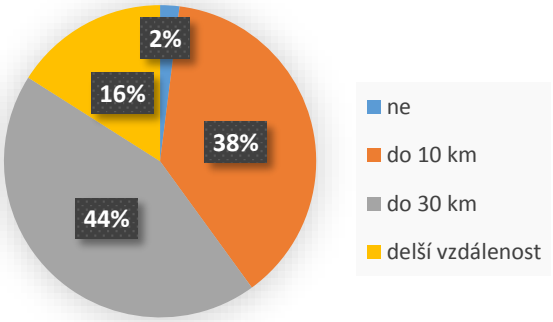
Za jakým účelem restaurační zařízení navštěvujete? (věk do 26 let)



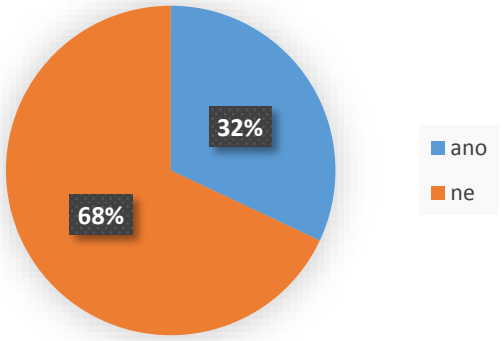
Kolik jste ochotni za osobu za jednu návštěvu zaplatit? (věk do 26 let)



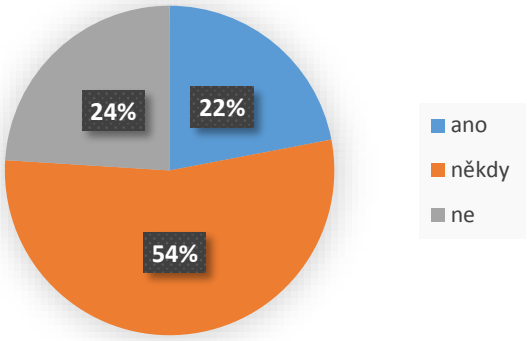
Jste ochotni do kvalitní restaurace cestovat? (věk do 26 let)



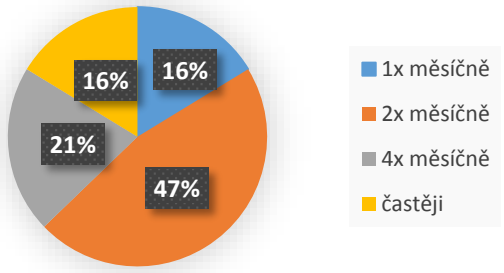
Dáváte přednost české kuchyni před světovou? (věk do 26 let)



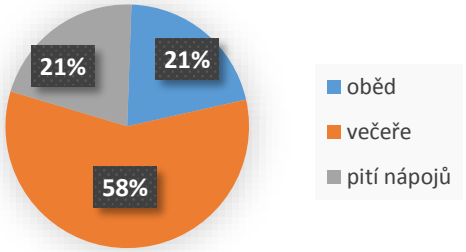
Preferujete zdravou výživu před tradiční? (věk do 26 let)



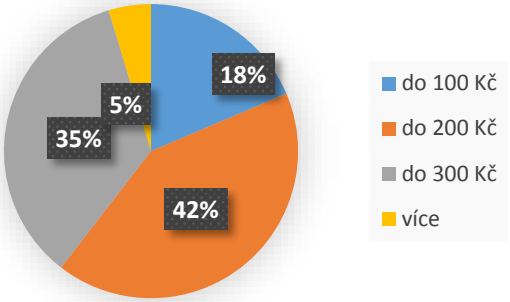
Jak často navštěvujete restaurační zařízení? (věk 26-40 let)



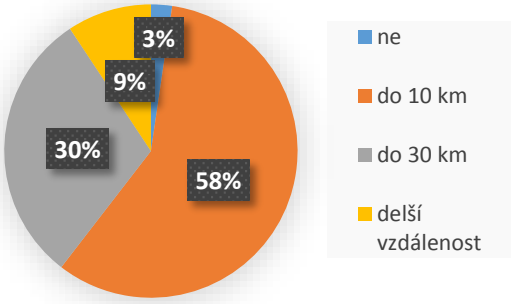
Za jakým účelem restaurační zařízení navštěvujete? (věk 26-40 let)



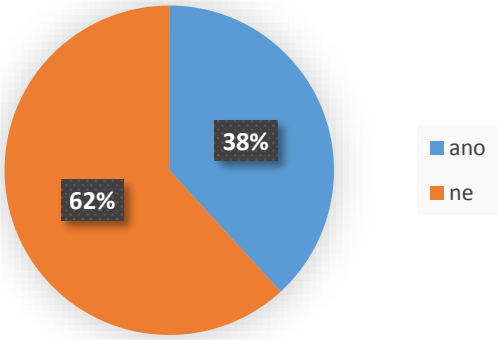
Kolik jste ochotni za osobu za jednu návštěvu zaplatit? (věk 26-40 let)



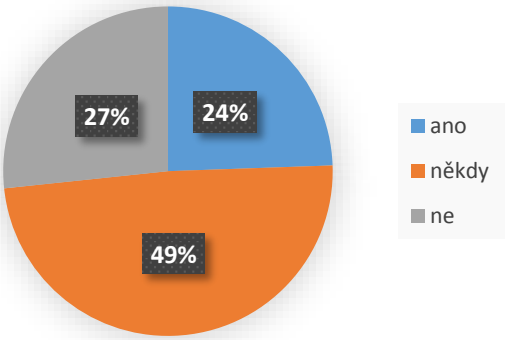
Jste ochotni do kvalitní restaurace cestovat? (věk 26-40 let)



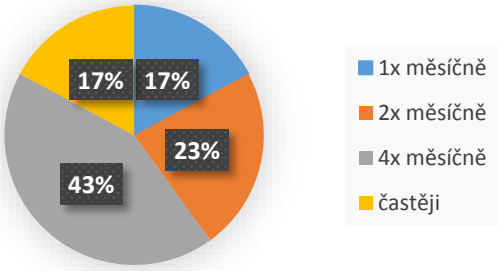
Dáváte přednost české kuchyni před světovou? (věk 26-40 let)



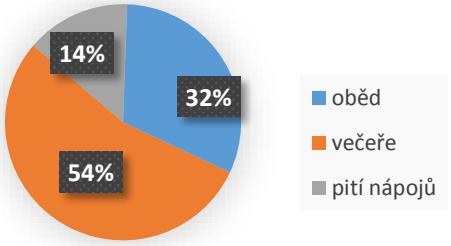
Preferujete zdravou výživu před tradiční? (věk 26-40 let)



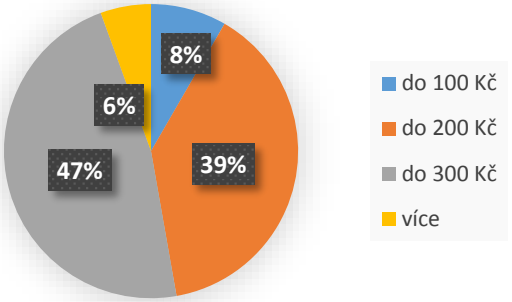
Jak často navštěvujete restaurační zařízení? (věk 40-60 let)



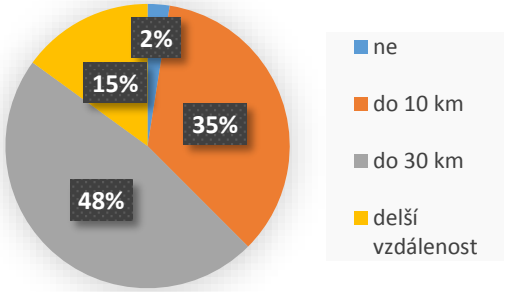
Za jakým účelem restaurační zařízení navštěvujete? (věk 40-60 let)



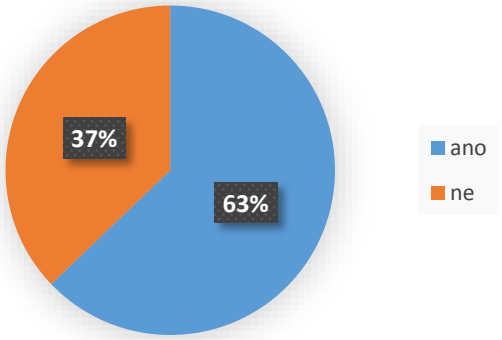
Kolik jste ochotni za osobu za jednu návštěvu zaplatit? (věk 40-60 let)



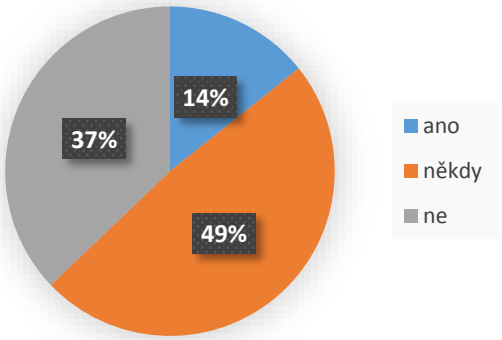
Jste ochotni do kvalitní restaurace cestovat? (věk 40-60 let)



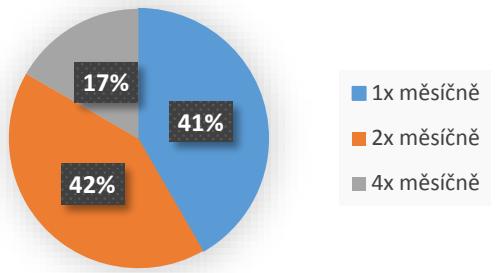
Dáváte přednost české kuchyni před světovou? (věk 40-60 let)



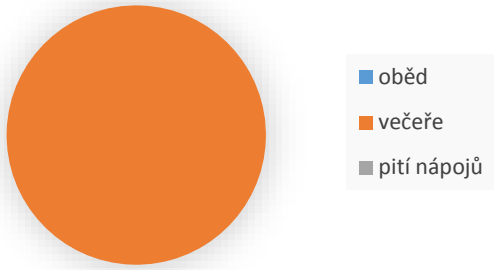
Preferujete zdravou výživu před tradiční? (věk 40-60 let)



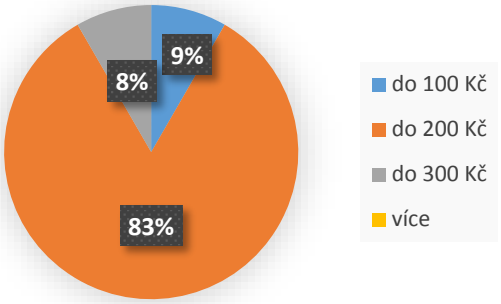
Jak často navštěvujete restaurační zařízení? (věk 60 let a více)



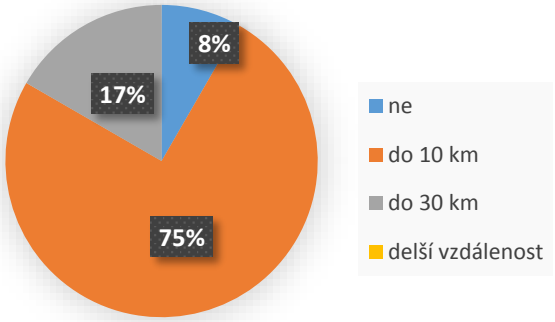
Za jakým účelem restaurační zařízení navštěvujete? (věk 60 let a více)



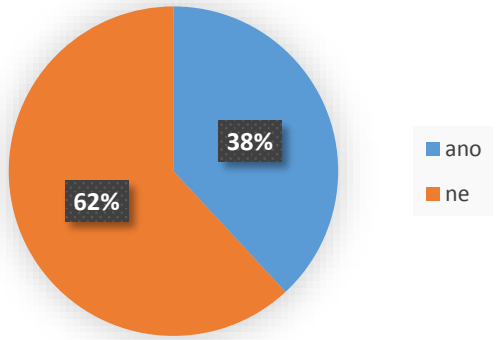
Kolik jste ochotni za osobu za jednu návštěvu zaplatit? (věk 60 let a více)



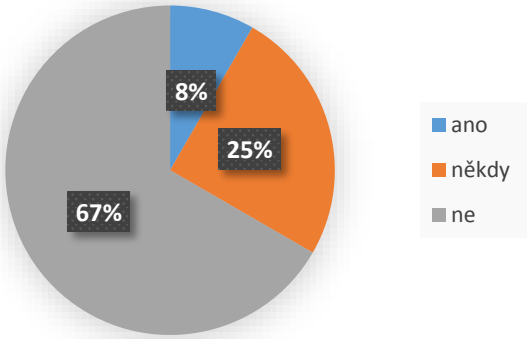
Jste ochotni do kvalitní restaurace cestovat? (věk 60 let a více)



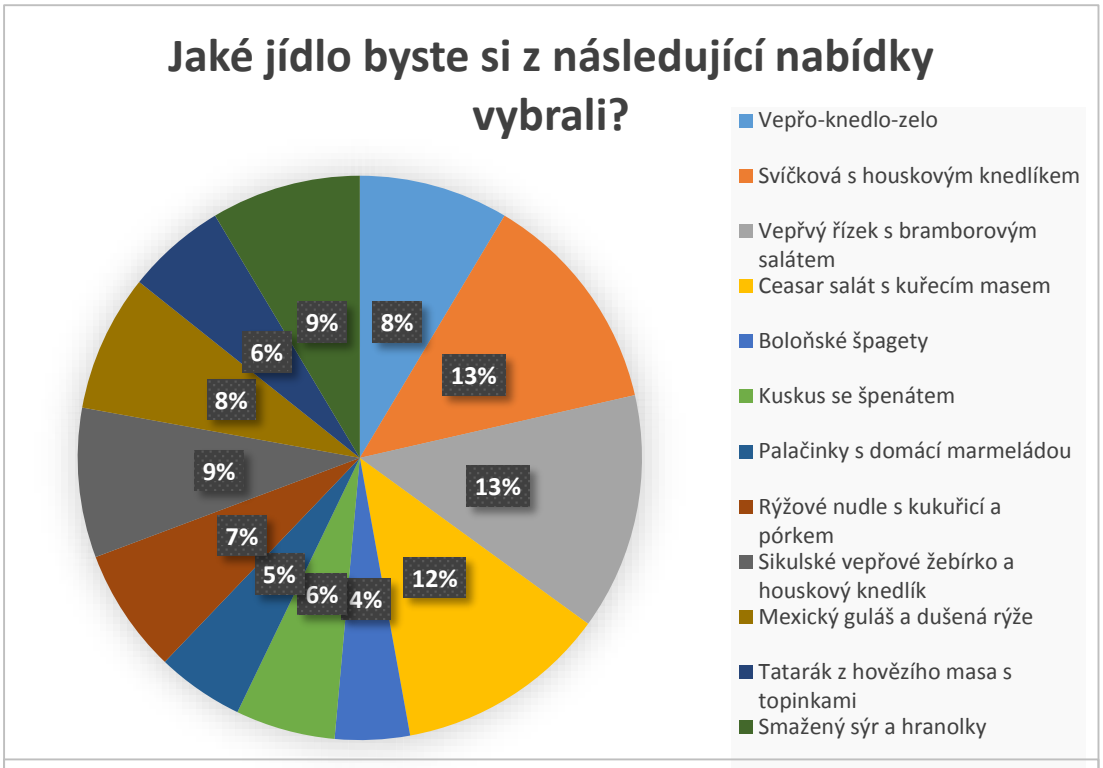
Dáváte přednost české kuchyni před světovou? (věk 60 let a více)

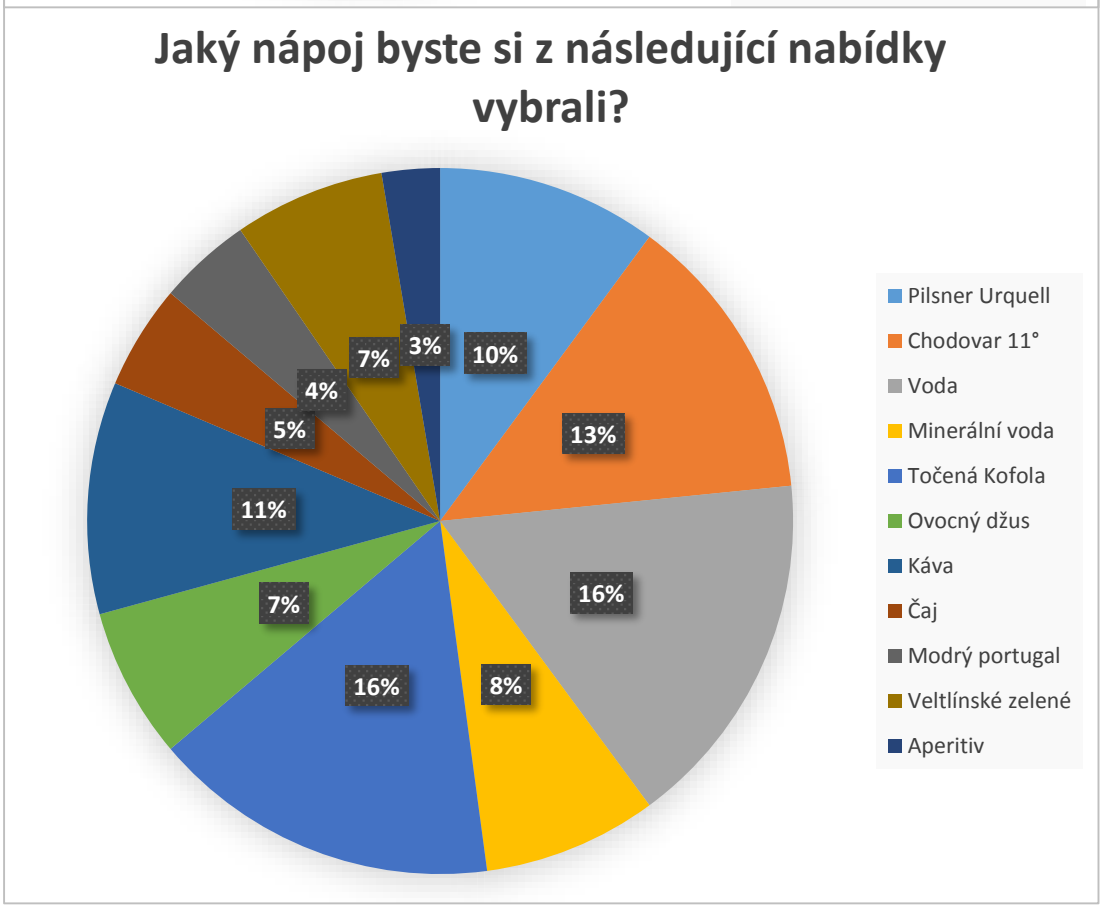


Preferujete zdravou výživu před tradiční? (věk 60 let a více)



Příloha B: Grafické znázornění dotazníkového šetření (druhého)





Příloha C: Kalkulace ročních celkových variabilních nákladů u jídel

Varianta		Optimistická		Realistická		Pesimistická	
Jídlo	**VN na jídlo v Kč**	**Počet jídel v ks**	**Celkové VN v Kč**	**Počet jídel v ks**	**Celkové VN v Kč**	**Počet jídel v Kč**	**Celkové VN v ks**
Vepřo-knedlo-zelo	31,28	2 545	79 607	1 833	57 336	976	30 529
Svíčková s houskovým knedlíkem	48,87	3 818	186 585	2 750	134 392	1 464	71 545
Vepřový řízek s bramborovým salátem	42,12	4 025	169 533	2 900	122 148	1 543	64 991
Caesar salát s kuřecím masem	53,43	3 581	191 332	2 580	137 849	1 373	73 359
Boloňské špagety	28,41	1 272	36 137	916	26 023	488	13 864
Kuskus se špenátem	31,21	1 687	54 338	1 200	37 452	646	20 161
Palačinky s domácí marmeládou	12,46	1 480	18 440	1 066	13 282	567	7 064
Rýžové nudle s kukuřicí a pórkem	22,68	2 075	47 061	1 514	34 337	806	18 280
Sikulské vepřové žebírko a houskový knedlík	26,57	2 545	67 620	1 833	48 702	976	25 932
Mexický guláš a dušená rýže	31,12	2 338	72 758	1 684	52 406	889	27 665
Tatarák z hovězího masa s topinkami	64,62	1 687	109 013	1 215	78 513	646	41 744
Smažený sýr a hranolky	29,12	2 545	74 110	1 833	53 376	976	28 421
Celkem	**X**	**29 598**	**1 106 534**	**21 324**	**795 816**	**11 350**	**423 555**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Příloha C: Kalkulace ročních celkových variabilních nákladů u nápojů

Varianta		Optimistická		Realistická		Pesimistická	
Nápoj	**VN na nápoj v Kč**	**Počet nápojů v Ks**	**Celkové VN v Kč**	**Počet nápojů v Ks**	**Celkové VN v Kč**	**Počet nápojů v Ks**	**Celkové VN v Kč**
Pilsner Urquell 0,5l	23,41	4 025	94 225	2 900	67 889	1 543	36 122
Chodovar 11° 0,5l	11	5 297	58 267	3 816	41 976	2 031	22 341
Voda Bonaqua 0,25l	5,64	6 541	36 891	4 712	26 576	2 508	14 145
Minerální voda Mattoni 0,33l	5,98	3 166	18 932	2 281	13 640	1 214	7 260
Točená Kofola 0,5l	8,15	6 333	51 614	4 563	37 188	2 428	19 788
Ovocný džus 0,33l	14,84	2 752	40 839	1 983	29 428	1 055	15 656
Káva	9,56	4 234	40 477	3 049	29 148	1 623	15 516
Čaj	8,61	1 894	16 307	1 364	11 744	726	6 251
Modrý portugal 0,2l	22,55	1 687	38 041	1 215	27 398	646	14 567
Veltlínské zelené 0,2l	23,4	2 752	64 397	1 983	46 402	1 055	24 687
Aperitiv 0,04l	16	1 065	17 040	767	12 272	408	6 528
Celkem	**X**	**39746**	**447 030**	**28 633**	**343 661**	**15 237**	**182 861**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Příloha D: Stanovení prodejní ceny jídla

Jídlo	Jednotkové VN v Kč	Jednotkové FN v Kč	Jednotkové CN v Kč	Cena na jedno jídlo v Kč
Vepřo-knedlo-zelo	31,28	45,39	76,67	95
Svíčková s houskovým knedlíkem	48,87	45,39	95	115
Vepřový řízek s bramborovým salátem	42,12	45,39	87,51	105
Caesar salát s kuřecím masem	53,43	45,39	98,82	119
Boloňské špagety	28,41	45,39	73,8	89
Kuskus se špenátem	31,21	45,39	76,60	95
Palačinky s domácí marmeládou	12,46	45,39	57,85	69
Rýžové nudle s kukuřicí a pórkem	22,68	45,39	68,07	85
Sikulské vepřové žebírko a houskový knedlík	26,57	45,39	71,96	89
Mexický guláš a dušená rýže	31,12	45,39	76,51	95
Tatarák z hovězího masa s topinkami	64,62	45,39	110,01	135
Smažený sýr a hranolky	29,12	45,39	74,51	89

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Příloha D: Stanovení prodejní ceny nápojů

Nápoj	Pořizovací cena v Kč	Jednotkové FN v Kč	Jednotkové CN v Kč	Cena na jeden nápoj v Kč
Pilsner Urquell 0,5l	23,41	5,97	29,38	34
Chodovar 11° 0,5l	11	5,97	16,97	21
Voda Bonaqua 0,25l	5,64	5,97	11,61	18
Minerální voda Mattoni 0,33l	5,98	5,97	11,95	21
Točená Kofola 0,5l	8,15	5,97	14,12	25
Ovocný džus 0,33l	14,84	5,97	20,81	25
Káva	9,56	5,97	15,53	25
Čaj	8,61	5,97	14,58	20
Modrý portugal 0,2l	22,55	5,97	28,52	36
Veltlínské zelené 0,2l	23,4	5,97	29,37	36
Aperitiv 0,04l	16	5,97	21,97	40

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Příloha E: Roční tržby za jednotlivá jídla

Varianta		Optimistická		Realistická		Pesimistická	
Jídlo	**Prodejní cena v Kč**	**Počet jídel v ks**	**Tržby v Kč**	**Počet jídel v ks**	**Tržby v Kč**	**Počet jídel v ks**	**Tržby v Kč**
Vepřo-knedlo-zelo	95	2 545	241 775	1 833	174 135	976	92 750
Svíčková s houskovým knedlíkem	115	3 818	439 070	2 750	316 250	1 464	168 360
Vepřový řízek s bramborovým salátem	105	4 025	422 625	2 900	304 500	1 543	162 015
Caesar salát s kuřecím masem	119	3 581	426 139	2 580	307 020	1 373	163 387
Boloňské špagety	89	1 272	113 208	916	81 524	488	43 432
Kuskus se špenátem	95	1 687	160 265	1 200	114 000	646	61 370
Palačinky s domácí marmeládou	69	1 480	102 120	1 066	73 554	567	39 123
Rýžové nudle s kukuřicí a pórkem	85	2 075	176 375	1 514	128 690	806	68 510
Sikulské vepřové žebírko a houskový knedlík	89	2 545	226 505	1 833	163 137	976	86 864
Mexický guláš a dušená rýže	95	2 338	222 110	1 684	159 980	889	84 455
Tatarák z hovězího masa s topinkami	135	1 687	227 745	1 215	164 025	646	87 210
Smažený sýr a hranolky	89	2 545	226 505	1 833	163 137	976	86 864
Celkem	**X**	**29 598**	**2 984 442**	**21 324**	**2 149 952**	**11 350**	**1 144 340**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Příloha E: Roční tržby za jednotlivé nápoje

Varianta		Optimistická		Realistická		Pesimistická	
Nápoj	**Prodejní cena v Kč**	**Počet nápojů v ks**	**Tržby v Kč**	**Počet nápojů v ks**	**Tržby v Kč**	**Počet nápojů v ks**	**Tržby v Kč**
Pilsner Urquell 0,5l	34	4 025	136 850	2 900	98 600	1 543	52 462
Chodovar 11° 0,5l	21	5 297	111 237	3 816	80 136	2 031	42 651
Voda Bonaqua 0,25l	18	6 541	117 738	4 712	84 816	2 508	45 144
Minerální voda Mattoni 0,33l	21	3 166	66 486	2 281	47 901	1 214	25 494
Točená Kofola 0,5l	25	6 333	158 325	4 563	114 075	2 428	60 700
Ovocný džus 0,33l	25	2 752	68 800	1 983	49 575	1 055	26 375
Káva	25	4 234	105 850	3 049	76 225	1 623	40 575
Čaj	20	1 894	37 880	1 364	27 280	726	14 520
Modrý portugal 0,2l	36	1 687	60 732	1 215	43 740	646	23 256
Veltlínské zelené 0,2l	36	2 752	99 072	1 983	71 388	1 055	37 980
Aperitiv 0,04l	40	1 065	42 600	767	30 680	408	16 320
Celkem	**X**	**39746**	**1 000 570**	**28 633**	**724 416**	**15 237**	**385 477**

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Příloha F: Umístění restaurace na mapě

Příloha G: Soupis dodavatelů

Dodavatel	Internetové stránky	Položka
Řeznictví Pavel Pauch	X	Maso a uzenářské výrobky
Zelí Křimice	http://www.krimicke-zeli.cz/	Zelí, zelné saláty
Makro Plzeň	http://www.makro.cz/prodejny/plzen	Suroviny do kuchyně
Toteman	http://www.toteman.cz/	Cedule
Chciletaky	http://www.chciletaky.cz/	Reklamní letáčky
Inpaga	https://www.inpage.cz/	Internetové stránky
Tachovský deník	http://tachovsky.denik.cz/	Reklama v novinách
Rádio Impuls	http://www.impuls.cz/	Reklama v rádiu
Komerční banka	https://www.kb.cz/	Bankovní účet
Starnet	http://www.starnet.cz/	Internet
O2	http://www.o2.cz/	Paušál mobilní telefon
Česká pojišťovna	https://www.ceskapojistovna.cz/	Pojištění
Hilf	X	Malířské práce
Euronics	https://www.euronics.cz/	Kávovar, notebook, mobilní telefon
CESK	http://www.cesk.cz/e-shop/	Konvektomat
Profi kuchyně	http://www.profikuchyne.cz/	Myčka nádobí, elektronická fritéza
Vahy-pokladny-HARON	http://www.vahy-pokladny-haron.com	Dotyková pokladna
T.S. BOHEMIA	https://www.tsbohemia.cz/	Wi-fi router
AdmWin	http://www.admwin.cz/	Účetní program
Ekofarma Pospíšil	X	Brambory a kořenová zelenina
Kika	http://www.kika.com/cz/home/	Nádobí, nábytek, doplňky
ABCD potraviny	http://www.abcdpotraviny.cz/	Bio potraviny

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Abstrakt

BERKA, Josef. *Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU, 83 s., 2016

Klíčová slova: podnikatelský plán, založení podniku, finanční plán, SWOT analýza

Bakalářská práce vypracovaná na téma zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru popisuje vznik nové restaurace Posezení v klášteře. V první části práce jsou uvedeny základní teoretické pojmy související s podnikatelskou činností. Následně jsou popsány jednotlivé podpory podnikání v České republice, právní formy podnikání, postup pro získání živnosti a teoretický popis podnikatelského plánu. Na základě této teoretické části je vypracován konkrétní podnikatelský plán pro restauraci Posezení v klášteře. Restaurace se bude převážně zaměřovat na turisty navštěvující klášter v Kladrubech. Součástí podnikatelského plánu je analýza trhu, analýza konkurence, marketingový plán, provozní plán, finanční plán, analýza rizik. Podnikatelský plán také obsahuje SWOT analýzu, PESTEL analýzu a Porterův model pěti sil. Na závěr je stručně popsán budoucí vývoj restaurace Posezení v klášteře.

Abstrakt

PŘÍVĚTIVÁ, Markéta. *Start-up of Entrepreneurial Activity Based on a Specific Business Plan*. Bachelor Thesis. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia, 83 p., 2016.

Key words: business plan, start a business, financial plan, SWOT analysis

The present bachelor thesis focuses on the topic of a start-up business based on a specific business plan which describes the origin of a new restaurant Posezení v klášteře. The first section provides basic theoretical concepts related to business activities. It consequently describes the various business benefits in the Czech Republic, legal forms of business, the procedure for obtaining trade and theoretical description of the business plan. On the basis of this theoretical part is an elaboration of a concrete business plan for the restaurant Posezení v klášteře. The restaurant will mainly target tourists visiting the monastery in Kladruby. Part of the business plan is a market analysis, competitive analysis, marketing plan, operational plan, financial plan, and risk analysis. The business plan also includes SWOT analysis, PESTEL analysis, and Porter's five forces model. Finally, it briefly outlines the future development of the restaurant Posezení v klášteře.