

PODNIKATELSKÝ PLÁN NA ZALOŽENÍ NOVÉHO PODNIKU

Lucie Měchurová

Bakalářská práce
2011

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta logistiky a krizového řízení

Ústav ekonomie

akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lucie MĚCHUROVÁ**
Osobní číslo: **L080005**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Logistika a management**

Téma práce: **Podnikatelský plán na založení nového podniku**

Zásady pro vypracování:

- 1. Problematika podnikatelského plánu - rozhodování o založení podniku, náležitosti podnikatelského plánu**
- 2. Návrh podnikatelského plánu na založení konkrétního podniku v České republice**
- 3. Shrnutí poznatků teoretické a praktické části, formulace závěru bakalářské práce, zhodnocení přínosu práce**

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

[1] FOTR, J., SOUČEK, I. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

[2] KORÁB, V., REŽŇÁKOVÁ, M., PETERKA, J. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

[3] SRPOVÁ, J., et al. Podnikatelský plán. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 242 s. ISBN 978-80-245-1263-1.

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.

Ústav ekonomie


Datum zadání bakalářské práce:

30. listopadu 2010

Termín odevzdání bakalářské práce:

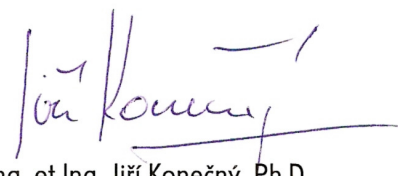
6. května 2011

V Uherském Hradišti dne 2. února 2011



Ing. Romana Bartošiková, Ph.D.

pověřená děkanka



Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.

ředitel ústavu

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v archivu Fakulty logistiky a krizového řízení Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

- že jsem na bakalářské práci pracoval/a samostatně a použitou literaturu jsem citoval/a. V případě publikace výsledků budu uveden/a jako spoluautor/ka;
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V Prostějově dne 8. 12. 2010

.....
podpis studenta/ky

ABSTRAKT

Předmětem bakalářské práce „Podnikatelský plán na založení nového podniku“ je zpracování podnikatelského plánu na založení reálného podniku. Teoretická část je zaměřena na vymezení základních informací o podnikání, rozhodování o právní formě a na strukturu a obsah podnikatelského plánu. Praktická část obsahuje samotnou tvorbu podnikatelského plánu na založení cukrárny.

Klíčová slova: Podnikatelský plán, právní forma, založení podniku

ABSTRACT

The subject of this thesis „Business plan for the establishment of the new company“ is working out a business plan for establishing a business. The theoretical part focuses on the definition of basic information concerning the business, decision for the legal form and structure and content for the business plan. The practical part contains the actual creation of the business plan to establish a Confectioner's.

Keywords: Business plan, legal form, company establishment

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. et Ing. Jiřímu Konečnému, Ph.D. za jeho odborné rady a připomínky, dále za jeho trpělivost, porozumění a drahocenný čas na konzultace, které mi pomohly k vypracování této bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 PODNIKÁNÍ	11
1.1 PODNIKATEL.....	11
1.2 PODNIK.....	11
2 ROZHODOVÁNÍ O ZALOŽENÍ PODNIKU	12
2.1 PODNIKÁNÍ NA ŽIVNOSTENSKÝ LIST VS. SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM	13
2.2 CHARAKTERISTIKA S.R.O.	14
2.3 POSTUP PŘI ZALOŽENÍ SPOLEČNOSTI S RUČENÍM OMEZENÝM.....	14
3 PODNIKATELSKÝ PLÁN	16
3.1 ÚČEL PODNIKATELSKÉHO PLÁNU.....	17
3.1.1 Vliv účelu podnikatelského plánu	17
3.1.2 Smysl podnikatelského plánu	18
3.2 VÝHODY PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	19
3.3 OBECNÉ POŽADAVKY NA PODNIKATELSKÝ PLÁN	20
3.4 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	21
3.4.1 Titulní strana	21
3.4.2 Shrnutí	22
3.4.3 Konkurence na trhu	22
3.4.3.1 Analýza trhu.....	22
3.4.3.2 Konkurence	23
3.4.4 Podnikatelský subjekt.....	23
3.4.5 Výrobní plán (obchodní plán)	24
3.4.6 Marketingový plán	24
3.4.6.1 Distribuce.....	25
3.4.6.2 Propagace.....	26
3.4.6.3 Cena	26
3.4.7 Organizační plán	26
3.4.8 Finanční záměry	27
3.4.9 Rizika	27
3.4.10 Závěr.....	27
II PRAKTICKÁ ČÁST	28
4 PODNIKATELSKÝ PLÁN	29
4.1 TITULNÍ STRANA.....	29
4.1.1 Popis zakládané společnosti.....	29
4.1.1.1 Zákusky	30
4.1.1.2 Zmrzlina.....	30
4.1.1.3 Poháry	31
4.1.1.4 Teplé a studené nápoje.....	31
4.1.2 Způsob financování a jeho struktura	31

4.2	SHRNUTÍ.....	31
4.3	KONKURENCE NA TRHU.....	32
4.3.1	Průzkum trhu.....	32
4.3.2	Konkurence.....	32
4.4	PODNIKATELSKÝ SUBJEKT.....	33
4.4.1	Cíle podniku.....	33
4.4.2	Způsob získání počátečního kapitálu.....	33
4.4.3	Důvody založení podniku.....	34
4.5	VÝROBNÍ (OBCHODNÍ) PLÁN.....	34
4.5.1	Stroje a zařízení potřebné k výrobě.....	34
4.5.2	Výrobní suroviny.....	35
4.5.3	Dodavatelé.....	35
4.6	MARKETINGOVÝ PLÁN.....	35
4.6.1	Distribuce.....	37
4.6.2	Propagace.....	37
4.6.2.1	Způsob propagování.....	37
4.6.2.2	Zdůvodnění výběru propagace.....	38
4.6.2.3	Cena.....	38
4.7	ORGANIZAČNÍ PLÁN.....	39
4.7.1	Vedení firmy.....	39
4.7.2	Organizační struktura podniku.....	39
4.7.3	Odměňování pracovníků.....	40
4.8	FINANČNÍ ZÁMĚRY.....	40
4.8.1	Plán nákladů.....	40
4.8.2	Plán tržeb.....	44
4.8.3	Výkaz zisků a ztrát pro rok 2012.....	44
4.8.4	Rozvaha.....	45
4.8.5	Cash Flow v letech 2012 – 2014.....	48
4.9	RIZIKA.....	50
4.10	ZÁVĚR.....	51
	ZÁVĚR.....	52
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	53
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	55
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	56
	SEZNAM TABULEK.....	57
	SEZNAM PŘÍLOH.....	58

ÚVOD

Pro výběr tématu své bakalářské práce jsem zvolila ekonomickou oblast, která je mi svým způsobem nejbližší.

Chtěla jsem, aby má práce nebyla pouhou nutností pro ukončení studia, ale aby mi dala určité rady, potřebné znalosti a cenné poznatky, které budu jednou moci uplatnit v budoucím životě.

Na základě svých dosavadních zkušeností a budoucích plánů jsem si ze všech nabízených témat pro bakalářskou práci vybrala téma „Podnikatelský plán na založení nového podniku“.

Cílem této bakalářské práce je vytvoření podnikatelského plánu na založení nového podniku v České republice a celkové zhodnocení podnikatelského záměru spolu s následným zjištěním, zda realizace zakládaného podniku bude mít šanci na úspěch či ne.

Teoretickou část jsem zpracovala pomocí dostupných zdrojů informací, jako jsou knihy, internet a česká legislativa. V prvním oddílu teoretické části jsem se zaměřila na vymezení základních informací o podnikání, které jsem čerpala především z legislativy. Ve druhé části jsem popisovala možnosti právní formy, kde jsem vyznačila jejich klady a zápory. Pomocí těchto informací jsem vybrala právní formu podnikání pro moji podnikatelskou činnost, kterou jsem následně charakterizovala. V posledním oddílu teoretické části jsem se zabývala strukturou a obsahem podnikatelského plánu.

V praktické části této bakalářské práce je samotná tvorba podnikatelského plánu, která vychází ze struktury a obsahu podnikatelského plánu provedené v teoretické části.

Z důvodu uskutečněné praxe v jedné nejmenované cukrárně jsem se rozhodla pro založení cukrárny, kterou jsem pojmenovala „Cukrárna Pamlsek“. Tato praxe mi dala spoustu nových poznatků a důležitých informací o chodu celého podniku, které mi pomohly k vypracování této práce.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKÁNÍ

Česká legislativa vymezuje termín „Podnikání“ zákonem č. 513/1991 Sb., v platném znění takto: „Podnikání je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.“

Pro podnikání je důležité rozlišovat pojem fyzická osoba a právnická osoba, které definuje občanský zákoník (zákon č. 40/1964 Sb.).

Fyzická osoba je člověk jako jednatel. V § 8 občanského zákoníku je vymezena způsobilost fyzické osoby následující: „Způsobilost fyzické osoby vlastními právními úkony nabývat práv a brát na sebe povinnost (způsobilost k právním úkonům) vzniká v plném rozsahu zletilostí.“

Právnickou osobou je většinou skupina lidí, kteří splňují podmínky dané zákonem (např. registrace v obchodním rejstříku aj.). Právnická osoba jako celek vstupuje do právních vztahů vlastním jménem a bere na sebe veškerá práva a povinnosti.

1.1 Podnikatel

Podnikatelem podle § 2 obchodního zákoníku je:

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.

1.2 Podnik

Podnikem se podle § 5 obchodního zákoníku rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit.

2 ROZHODOVÁNÍ O ZALOŽENÍ PODNIKU

Při zakládání podniku mají budoucí podnikatelé na výběr ze dvou možností, kterým způsobem se rozhodnou podnikat:

jako fyzická osoba:

- podnikání na živnostenský list,
- podnikání na základě koncese.

jako právnická osoba:

- veřejná obchodní společnost (zkratka „v. o. s.“),
- komanditní společnost („k. s.“),
- společnost s ručením omezeným („s. r. o.“),
- akciová společnost („a. s.“),
- družstvo.

Výběr právní formy podnikání je pro zakladatele jedním z nejdůležitějších aspektů. Pro správný výběr jsou rozhodujícími faktory především jeho představy, požadavky a cíle. Zakladatel by měl být dostatečně informován o hlavních výhodách a nevýhodách jednotlivých forem podnikání.

Zakladatel, který má dostatek potřebných informací se může pro výběr správné formy podnikání rozhodovat jakýmkoliv způsobem, například pomocí tzv. vyřazovací metody.

Podnikatel se rozhodl z důvodu nejméně vhodné formy podnikání vyřadit veřejnou obchodní společnost, komanditní společnost, podnikání na základě koncese, družstvo a akciovou společnost. Jako příklad pro vyloučení těchto forem si zdůvodníme u akciové společnosti, kde je nevyhovující pro naše podnikání především vysoký základní kapitál, který činí 2 000 000 Kč, způsob ručení, společnost nelze založit jednou fyzickou osobou.

Již nám zůstává rozhodování pouze ze dvou forem podnikání a to podnikání na živnostenský list nebo založení společnosti s ručením omezeným. Tyto dvě formy podnikání rovněž patří mezi nejběžnější.

2.1 Podnikání na živnostenský list vs. Společnost s ručením omezeným

Živnost

Zákon o živnostenském podnikání (zákon č. 455/1991 Sb.) je obecným právním předpisem, který v České republice upravuje základní podmínky podnikání fyzických a právnických osob. Tento zákon definuje pojem „živnost“ v § 2 následovně: „*Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“

Výhody živnosti:

- velmi nízké výdaje na založení společnosti,
- snadné založení, přerušování či ukončení činnosti,
- samostatnost při rozhodování,
- vklady nejsou povinné,
- ihned po ohlášení lze zahájit podnikání,
- podnikateli náleží celý zisk (zdaněný).

Nevýhody živnosti:

- omezený přístup k bankovním úvěrům,
- vysoké riziko, které vychází z neomezeného ručení podnikatele za závazky společnosti,
- v obchodních vztazích může podnikatel vzhledem ke své velikosti působit jako nevýznamný partner.

Společnost s ručením omezením

Výhody:

- omezené ručení společníků (ručí jen do výše nesplacených vkladů),
- platí zde zákaz konkurence pro jednatele,
- pro přijetí většiny rozhodnutí není nutný souhlas všech společníků,
- vyplacené podíly na zisku společníkům nepodléhají pojistnému sociálního pojištění.

Nevýhody:

- povinné vklady společníků na počáteční kapitál,
- náročná administrativa na založení a chod společnosti.

Pro toto podnikání jako nejvíce vhodné vybíráme založení společnosti s ručením omezeným.

2.2 Charakteristika s.r.o.

Společnost s ručením omezeným je v České republice nejrozšířenější formou obchodní společnosti. Zákon č. 513/1991 Sb. obchodního zákoníku vymezuje společnost s ručením omezeným jako společnost, jejíž základní kapitál je tvořen vklady společníků a jejíž společníci ručí za závazky společnosti, dokud nebylo zapsáno splacení vkladů do obchodního rejstříku.

V § 107 téhož zákoníku je uvedeno, že firma společnosti musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, postačí však zkratka „spol. s.r.o.“ nebo „s.r.o.“.

Společnost s ručením omezeným může být založena fyzickými i právnickými osobami. Pro založení společnosti stačí jedna osoba, maximální počet společníků je padesát. Společníci musí vložit do společnosti základní vklad, který činí alespoň 200 000 Kč. Vklad jednotlivých společníků je minimálně 20 000 Kč. Společnost odpovídá za své závazky celým svým majetkem a společníci jen do výše svých vkladů. Podle této výše si společníci rozdělují vytvořený zisk.

2.3 Postup při založení společnosti s ručením omezeným

Pro založení společnosti s ručením omezeným je nutné provést zejména tyto následující úkony:

1. Sepsání společenské smlouvy a její podpis všemi společníky – společenská smlouva musí být sepsána formou notářského zápisu. V § 57 obchodního zákoníku je uvedeno, jestliže společnost založil jediný zakladatel, nahrazuje společenskou smlouvu zakladatelská listina vyhotovená ve formě notářského zápisu. Zakladatelská listina musí obsahovat stejné podstatné části jak společenská smlouva.

Společenská smlouva dle § 110 obchodního zákoníku musí obsahovat alespoň:

- obchodní jméno a sídlo společnosti,
- určení společníků uvedením firmy nebo názvu a sídla právnické osoby nebo jména a bydliště fyzické osoby,
- předmět podnikání,
- výši základního kapitálu a výši vkladu každého společníka včetně způsobu a lhůty splácení vkladu,
- jména a bydliště prvních jednatelů společnosti a způsob, jakým jednají,
- jména a bydliště členů první dozorčí rady (pokud se zřizuje),
- určení správce vkladu,
- jiné údaje, které vyžaduje tento zákon.

2. Složení základního jmění společnosti, nebo jeho části – nejjednodušším způsobem pro složení základního jmění společnosti je založení nového bankovního účtu na jméno správce vkladů a vklady jsou složeny na tento účet. Po předložení společenské smlouvy či zakladatelské listiny, které banka vyžaduje, je schopna vydat potvrzení o složení vkladů a o jeho výši.

3. Živnostenské oprávnění,

4. Zápis do obchodního rejstříku – doba zápisu společnosti do obchodního rejstříku, která závisí na rejstříkovém soudu, trvá až půl roku. Jakmile je společnost do obchodního rejstříku zapsaná, dostane doporučeně zasláno do sídla zakládané společnosti od rejstříkového soudu „rozhodnutí o zápisu“. Společnost s ručením omezeným fakticky vzniká zápisem do obchodního rejstříku.

5. Zaregistrování u finančního úřadu – nově vzniklá společnost má za povinnost zaregistrování u místně příslušného finančního úřadu.

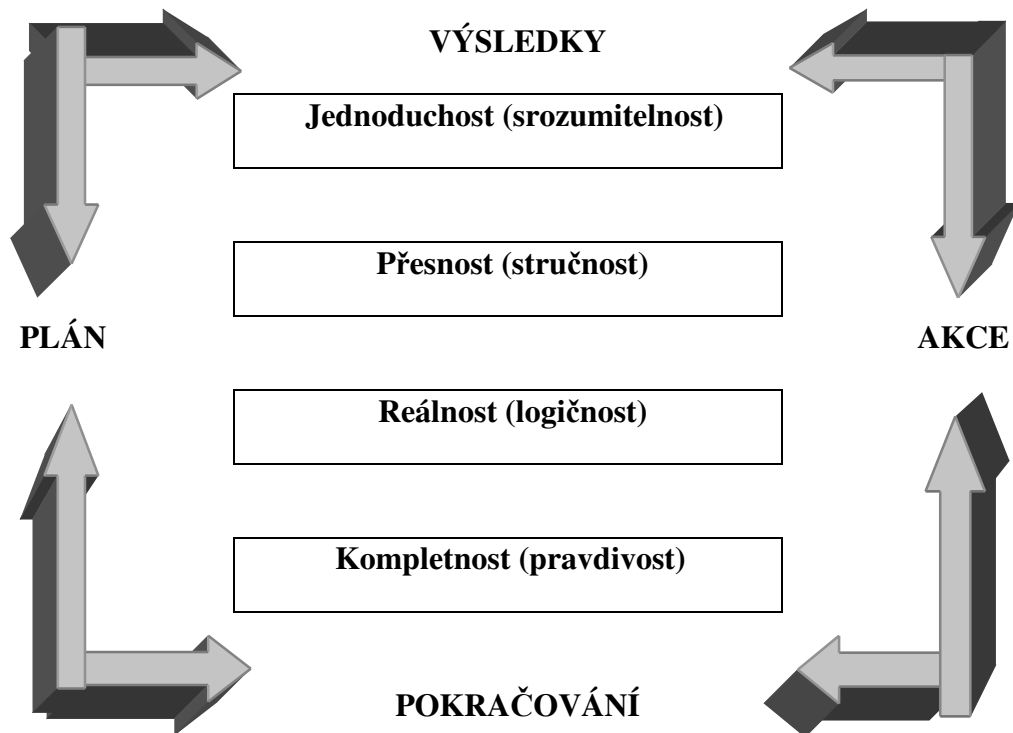
3 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podnikatelský plán je písemný dokument, který je zpracovaný podnikatelem. Obsahuje všechny podstatné vnější a vnitřní faktory, které souvisejí se zahájením podnikatelské činnosti či fungováním existující firmy.

Podnikatelský plán konkretizuje podnikateli záměry do budoucna. Pro jeho kvalitní zpracování je vyžadována invence, odvaha a flexibilita.

Pro přesné vyjádření pojmu podnikatelský plán je použita definice z podnikatelské literatury a to od autorů Hisrich & Peters¹, kteří podnikatelský plán definují takto:

„Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější a vnitřní faktory související se založením i chodem podniku“.



Obr. 1. Podnikatelský plán jako součást procesu plánování²

¹ HISRIC, R. D., PETERS, M. P., *Založení nového podniku*. 1. vydání Praha: Victoria Publishing, 1996, 501 s. ISBN 80-85865-07-6.

² KORÁB, V., REŽŇÁKOVÁ, M., PETERKA, J. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

3.1 Účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán slouží k interním a externím účelům. Pro interní uživatele slouží jako plánovací nástroj a nástroj kontroly. Je považován za základ pro rozhodování. Podnikatelský plán zde slouží jako tzv. „vodítko“ v případě začínajícího podnikání a v případě, kdy podnikatel přesně neví, jaké budou postupy.

Pro externí uživatele slouží podnikatelský plán k analýzám, zda je daný podnik schopen realizovat investiční program a splnit požadavky a očekávání, která jsou na firmu kladena.

„Kvalitně rozpracovaný podnikatelský plán tak dává daleko větší šanci společnosti získat podporu investorů a nutné finanční prostředky na realizaci podnikatelského záměru.“³

3.1.1 Vliv účelu podnikatelského plánu

Podnikatelské plány se zabývají těmito čtyřmi základními oblastmi:

- Trh – existuje velký trh?
- Výrobek – máme kvalitní výrobky či služby?
- Lidé / personál – budeme mít řídicí pracovníky podniku dostatečně schopné?
- Finance – postačí nám finance na pokrytí požadavků včetně výše nepředvídaného vydání?

„Jednotlivé druhy podnikatelských plánů se liší komplexní a detailní propracovaností výše uvedených částí. Propracovanost vyplývá z účelu plánů a v některých speciálních částech závisí na jejich určení.“⁴

³ *finance.bleskove.net* [online]. 15.9.2009 [cit. 2010-11-29]. Podnikatelský plán. Dostupné z WWW: <<http://www.finance.bleskove.net/clanek/podnikatelsky-plan.html>>.

⁴ KORÁB, V., REŽŇÁKOVÁ, M., PETERKA, J. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

3.1.2 Smysl podnikatelského plánu

Podnikatelé se domnívají, že v některých situacích je sestavení podnikatelského plánu zbytečné, nechtějí s ním ztrácet čas a považují ho za zcela obtěžující záležitost.

Podnikatelský plán může být vypracován kdykoliv a slouží pro různé druhy uživatelů.

Kdo má z podnikatelského plánu hlavní přínos, jaký čas je pro vypracování pro tyto osoby nejdůležitější a z jakého důvodu se tvoří, je zodpovězeno v následující tabulce.

Tab. 1. Smysl podnikatelského plánu⁵

Skupiny osob	Majitelé	Manažeři	Investoři
Proč?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zahájení podnikání ▪ podnik roste ▪ tvorba změny 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ studie proveditelnosti ▪ odstranění neznámého ▪ pomoc při shánění peněz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ohodnocení rizika investice ▪ ocenění kvality managementu
Kdy?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ období zahájení podniku ▪ nákup nového podniku ▪ v období změny 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ při uvádění výrobku na trh ▪ při realizaci změny ▪ v období hlavních rozhodnutí 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ v období přípravy úvěru ▪ v období přípravy investice

⁵ STOKES, D., Small Business Management. An Active-Learning Approach. 2nd Edition London: DP Publications Ltd, 1995, 386 pp. ISBN 1-85805-129-0

3.2 Výhody podnikatelského plánu

Podnikatelský plán je velmi důležitý dokument, který nám pomáhá k dalším krokům v podniku. Jak již bylo v předchozí části zmíněno, ne všichni podnikatelé berou podnikatelský plán vážně a není pro ně podstatný. Následující výhody podnikatelského plánu, by ve velké míře mohly přesvědčit i ty, kteří o jeho přínosu mají stále pochybnosti.

- Našemu konání dává smysl a potřebnou energii jeho cíl – člověk, který se rozhodne podnikat, má za cíl, aby jeho podnik fungoval tak jak má. Musí ovšem do uskutečnění svého cíle investovat velké množství energie pro každodenní a cílevědomé jednání. Podnikatelský plán usnadní cestu k cíli pomocí jednotlivých kroků k jeho naplnění. Písemné zpracování plánu má praktické uspořádání, je dokonale propracován a hlavně má nastavené potřebné parametry, pomocí kterých dosahujeme svého cíle.
- Kvalitní řízení podniku – v průběhu procesu řízení neustále probíhá změna stavu, ve kterém se nacházíme až do naplnění stavu plánovaného. Potřebujeme znát jednotlivé dílčí kroky, které vedou k potřebným změnám a mít možnost tyto změny vyhodnocovat a sledovat.
- Během přípravy se hodně naučíme – podnikatel nemůže ovlivnit řadu změn, které se v průběhu podnikání vyskytují. Příkladem může být změna legislativy či stále objevující se nová konkurence. Čím více informací podnikatel má, tím lépe a efektivněji reaguje na nečekané okolnosti. V těchto a v dalších jiných krizových situacích uplatníme informace, které při přípravě podnikatelského plánu získáme.

Pro předchozí odstavec si dovolím použít parafrázi volné interpretace jednoho výroku Winstona Churchilla: „*Plány jsou na nic, všechno nakonec dopadne jinak, ale proces plánování má význam, protože ten nás učí jak nejlépe změnit plán*“.⁶

⁶ *ipodnikatel.cz* [online]. [cit. 2011-01-04]. Proč je důležité před zahájením podnikání sepsat podnikatelský plán. Dostupné z WWW: <<http://www.ipodnikatel.cz/Podnikatelsky-plan/proc-je-dulezite-pred-zahajenim-podnikani-sepsat-podnikatelsky-plan.html>>.

3.3 Obecné požadavky na podnikatelský plán

Správné sestavení podnikatelského plánu je jedním z nejdůležitějších kroků. Zda je podnik životaschopný či upozornění na možná úskalí ještě před samotným počátkem podnikání nám řekne pouze správně a kvalitně sestavený plán.

Nezbytně nutné je sestavení plánu v případě, že usilujeme o finanční prostředky od banky či chceme sehnat společníka pro společné podnikání. Písemné zpracování plánu je vhodné zpracovat v každém případě, i kdyby šlo pouze o vlastní účely. Podnikatel zjistí dílčí kroky, které ho čekají a kolik ho budou stát.

Při zpracovávání podnikatelského plánu bychom měli znát a respektovat obecně platné zásady. Nejde zde v žádném případě o omezování zpracovatele plánu, nýbrž jde o to, že externí subjekt bude mít k dispozici plány jiných firem, které na něj chtějí také zapůsobit.

Správná formulace podnikatelského plánu je následující:

Měl by být:

- Srozumitelný – osoba, která bude číst podnikatelský plán, nás nezná, tudíž nás bude posuzovat podle způsobu našeho vyjadřování. Měli bychom se vyjadřovat jednoduše, netvořit zbytečně příliš dlouhé věty. Přídavná jména bychom měli vybírat opatrně, není vhodné s nimi plýtvat. Pro přehlednost není na škodu sestavit tabulku.
- Logický – všechny skutečnosti, které jsou popsány v podnikatelském plánu, by měly na sebe logicky navazovat. Tvzení uvedená v plánu si nesmí odporovat.
- Pravdivý a reálný – pravdivost údajů a reálnost vývoje by měla být samozřejmostí. Nepravdivé a nereálné údaje podnikateli nepřilepší, spíše mu ublíží.
- Stručný – myšlenky nebo závěry, které jsou obsažené v plánu, by měly být uvedené stručně, ale v žádném případě ne na úkor postižení základních faktů.
- Přehledný – v podnikatelském plánu je důležité se snadno orientovat. Abychom zamezili zdlouhavému vyhledávání různých informací, bude vhodné vytvořit obsah.

3.4 Struktura podnikatelského plánu

V každé literatuře je sestava struktury podnikatelského plánu v něčem odlišná. Neexistuje přesný předpis, jakou úpravou a obsahem má být podnikatelský plán vytvořen, protože její obsah je vždy individuální pro každý podnik. Existují však základní a zároveň velmi důležité atributy, které je potřeba, aby byly obsaženy v každé struktuře podnikatelského plánu. Patří sem zejména informace o podniku, o jeho finančních aspektech a dalších podnikatelských záměrech. Tyto atributy se ustálily a tvoří všeobecný základ, který se ve většině podnikatelských plánů neporušuje.

Struktura podnikatelského plánu je následující:

- Titulní strana
- Shrnutí
- Konkurence na trhu
- Podnikatelský subjekt
- Výrobní plán (obchodní plán)
- Marketingový plán
- Organizační plán
- Finanční záměry
- Rizika
- Závěr

3.4.1 Titulní strana

Titulní strana podnikatelského plánu by měla být vypracována co nejlépe, aby udělala na čtenáře dobrý dojem a upoutala jeho pozornost. Na titulní straně je popsán stručný výklad o podnikatelském plánu.

V této části by mělo být zahrnuto:

- název společnosti,
- právní forma podnikání,
- sídlo společnosti,

- datum vzniku společnosti,
- základní kapitál společníků,
- jména společníků,
- kontakty (adresa, telefonické spojení, e-mail apod.),
- popis podniku,
- způsob financování a jeho struktura.

3.4.2 Shrnutí

Shrnutí neznamená úvod, ale je chápáno jako stručná a výstižná informace o tom, co bude rozebíráno podrobněji na následujících stránkách. Tato část je velmi důležitá, jelikož po jeho přečtení se čtenář rozhodne, zda bude v četbě projektu pokračovat či nikoliv. Shrnutí podnikatelského plánu by mělo ve čtenáři vyprodukovat zvědavost a zájem zabývat se bližšími informacemi.

3.4.3 Konkurence na trhu

3.4.3.1 Analýza trhu

Analýza trhu je považována za velmi vhodný prostředek pro získání potřebných informací o zákaznících a o potenciálním trhu. Průzkum trhu zahrnuje kladení otázek potenciálním zákazníkům, kde dotazovaný získá potřebné informace, které se týkají nabízených výrobků.

Tyto informace jsou následně pečlivě analyzovány a vyhodnocovány.

Dále je při průzkumu trhu potřeba věnovat pozornost zejména:

- Dodavatelům a odběratelům – zde by měly být zodpovězeny otázky typu: jsou vybraní dodavatelé a odběratelé spolehliví? Jaká je jejich kvalita? Komunikuje se s nimi dobře? Máme s nimi dobré zkušenosti?
- Inovačním trendům – jak bude trh vypadat za 1 rok, 5 či 10 let? Je firma schopna těmto očekáváním dostát?
- Konkurenčnímu prostředí – jak je na tom konkurence? Existuje pro firmu prostor na trhu?

- Vývoji náročnosti – kvalifikační, personální, finanční, materiální a technické.⁷

3.4.3.2 Konkurence

Za konkurenci považujeme firmy, které působí na stejných trzích a poskytují:

- stejný produkt či službu,
- obdobný produkt či službu,
- substitut – produkt, který lze vzájemně zaměnit (např. zákusek x dort).

V této části podnikatelského plánu je důležité, aby konkurence na trhu byla důkladně analyzována a vyhodnocována. Je potřeba zjistit hlavní přednosti a zároveň nedostatky konkurence.

3.4.4 Podnikatelský subjekt

Tato část je zaměřena na krátké představení podniku a jeho kapacit. Je zde popsána historie podnikatelského subjektu, současný stav, organizační struktura.

Obsah podnikatelského subjektu tedy tvoří:

- podnik – jeho historie, cíle, právní forma,
- důvod založení firmy,
- způsob získání počátečního kapitálu,
- současný stav podniku (zaměstnanci, výrobky, služby).

Jako kladně ohodnocenou informaci se v této části podnikatelského plánu jeví představení hlavních vlastníků a řídicích pracovníků podniku, například příložením životopisu. Důraz by měl být kladen i na podnikatelské schopnosti hlavních pracovníků – jejich zkušenosti v oboru.⁸

⁷ *firemnifinance.cz* [online]. [cit. 2010-12-04]. Podnikatelský plán. Dostupné z WWW: <<http://www.firemnifinance.cz/zivot-podnikatele/informace/zacatek-podnikani/podnikatelsky-plan/>>.

⁸ *prokop.cz* [online]. 2009 [cit. 2010-12-10]. Průvodce podnikatelským plánem. Dostupné z WWW: <<http://www.prokop.cz/pruvodce-podnikanim/pruvodci-podnikanim/pruvodce-podnikatelskym-planem/>>.

3.4.5 Výrobní plán (obchodní plán)

Tato kapitola se zabývá celým výrobním procesem včetně výrobních kapacit. V případě, že se podnikatel bude sám starat o celou výrobu nebo i jen o její určitou část, musí být v této části uvedeno:

- popis strojů a zařízení, které jsou potřebné k výrobě,
- výrobní suroviny,
- údaje o dodavatelích (jména, adresy, telefonní spojení apod.).

V případě, že bude část výroby uskutečňována pomocí subdodávek, subdodavatelé musí v tomto dokumentu být uvedeni spolu s odůvodněním jejich výběru. Jestliže nepůjde o výrobní podnik, nebude se příslušná část podnikatelského plánu nazývat „výrobní plán“, ale „obchodní plán“, ve které budou informace o nákupu zboží a služeb, o potřebných skladovacích prostorách apod.

3.4.6 Marketingový plán

Tato pasáž podnikatelského plánu obsahuje SWOT analýzu, ve které jsou popsány:

- vnitřní faktory firmy – silné a slabé stránky podniku,
- vnější faktory firmy – příležitosti a hrozby.

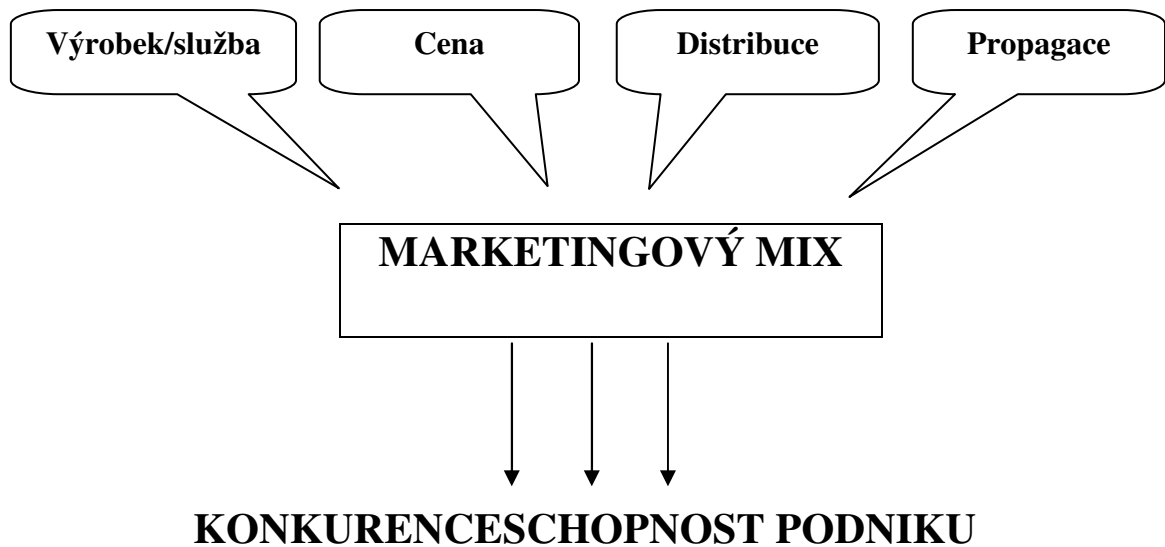
„SWOT analýza je způsob strategické analýzy zaměřený na zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace při dosahování jejich strategických cílů.“⁹

Dále je v této části rozváděna taktika, pomocí které se firma snaží dostat do podvědomí zákazníků a přesvědčit je o nákupu výrobků či služeb.

⁹ *managementmania.com* [online]. c2008-2010 [cit. 2010-11-19]. SWOT analýza. Dostupné z WWW: <<http://managementmania.com/index.php/planovani/46-ostatni/102-swot/>>.

V marketingovém plánu je objasněna distribuce, propagace a ocenění výrobků a služeb. Tyto zmíněné části tvoří tzv. marketingový mix, pomocí kterého může být podnik konkurenceschopný.

„Marketingový mix je soubor taktických marketingových nástrojů – výrokové, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu.“¹⁰



Obr. 2. Marketingový mix

3.4.6.1 Distribuce

Distribuce zajišťuje úkoly, které jsou vztaženy na výrobek, např. na prodej, služby, komunikaci apod. V této části marketingového plánu je třeba vysvětlit zvolený způsob prodeje a odůvodnění, které spělo k rozhodnutí tomuto způsobu distribuce.

¹⁰ Kotler, P., Armstrong, G.: Marketing. Grada Publishing, Praha 2004.

3.4.6.2 Propagace

Pomocí propagace se zákazník dostane do podvědomí firmy a získá informace o výrobcích a službách.

Způsob propagace je volen představami a možnostmi firmy, která může být ve formě:

- reklamy (rozhlas, tisk, apod.),
- publicity (sponzorství, charitativní dary aj.),
- podpory prodeje (ochutnávky, soutěže apod.).

Tato část marketingového plánu by měla být obsažena údaji o způsobu propagování výrobků či služeb a zdůvodnění tohoto výběru propagace.

3.4.6.3 Cena

Cena je důležitým prvkem marketingového mixu, jelikož vytváří podniku příjmy, které jsou zásadním prvkem pro existenci firmy.

Způsoby možného vytváření cen jsou následující:

Ceny jsou odvozené:

- od nákladů – k nákladům je připočtena procentní marže,
- od zákazníků – zákazníci jsou ochotni tuto cenu akceptovat,
- od konkurence – nižší cena než má konkurence je vhodná při proražení nového podniku na trh.

V této části marketingového plánu by měly být zahrnuty údaje o způsobu oceňování výrobků či služeb a zdůvodnění vybrané metody.

3.4.7 Organizační plán

Tato kapitola podnikatelského plánu by měla obsahovat základní údaje o právní formě podniku, kde je pozornost věnována právům a povinnostem společníků. Měla by zde být uvedena organizační struktura podniku, ve které se popisuje zařazení členů do firmy a jejich funkce. Dále by zde neměly být opomenuty údaje o vedení firmy (vedoucí pracovníci podniku) a o rozdělení zisku (odměňování zaměstnanců).

3.4.8 Finanční záměry

Každý podnikatel má jako důležitý cíl a zároveň hlavní důvod podnikání přání, aby investice vložená do podnikání byla v co nejkratší době vrácena a podnik prosperoval ziskově.

V této části podnikatelského plánu by měly být zahrnuty tyto následující údaje:

- výkaz zisku a ztrát – popisuje vývoj nákladů a výnosů podniku za určité období,
- rozvaha – poskytuje údaje o finanční situaci podniku, je rozdělena do dvou celků (aktiva a pasiva),
- cash-flow – udává přehled o peněžních tocích.

3.4.9 Rizika

„Úspěšný podnikatel je ten, kdo neustále vyhledává a identifikuje rizika a pak nachází kreativní způsoby, jak je odstranit nebo zredukovat na přijatelné minimum.“¹¹

Rizika mohou vyplývat například ze slabých stránek marketingu, z výroby, z konkurence a z mnoha dalších faktorů, které si musíme při sestavování podnikatelského plánu uvědomit, neboť mohou ohrozit realizaci podniku.

Možná rizika je nutné podrobit analýze a mít připravenou strategii, která tato rizika bude schopna odstranit.

3.4.10 Závěr

V závěru podnikatelského plánu je sepsáno celkové zhodnocení podnikatelského záměru. Ze závěru je zjištěno, zda je možná realizace nového podniku či ne. Závěr je důležitý i pro bankovní subjekty, které se na základě těchto informací rozhodují o poskytnutí finančních prostředků.

¹¹ *Modernizeni.ihned.cz* [online]. 20. 12. 2010 [cit. 2011-03-16]. Jak snížit rizika při zakládání firmy. Dostupné z WWW: <<http://modernizeni.ihned.cz/c1-48711830-jak-snizit-rizika-pri-zakladani-firmy>>.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Praktická část podnikatelského plánu obsahuje samotné zpracování podnikatelského plánu na založení reálného podniku v České republice. Tato část vychází z informací, které jsou uvedeny v teoretické části této bakalářské práce.

4.1 Titulní strana

- název společnosti: Cukrárna Pamlsek, s. r. o.
- právní forma podnikání: Společnost s ručením omezeným
- sídlo společnosti: nám. T. G. Masaryka, Prostějov, 796 01
- datum vzniku společnosti: 1. 1. 2012
- základní kapitál: 600 000 Kč
- společník: Lucie Měchurová
- kontakty:

Lucie Měchurová

Plumlovská 25

79601 PROSTĚJOV

e-mail: cukrarnapamlsek@seznam.cz

internetová adresa: www.cukrarnapamlsek.cz

Tel: 582 123 123

IČO: 98981234

DIČ: CZ747576717

4.1.1 Popis zakládané společnosti

Cukrárna Pamlsek bude založena jednou fyzickou osobou a na trhu bude vystupovat jako společnost s ručením omezeným.

4.1.1.1 Zákusky

Cukrárna bude nabízet široký sortiment netradičních zákusků, které se budou lišit od klasických cukrářských výrobků, jelikož jejich výroba bude prováděna podle receptů polského cukráře. Výroba bude uskutečňována v místě cukrárny, kde bude mít svoji oddělenou výrobní část.

Přehled nabízených zákusků:

- čokoládový řez,
- karamelový řez,
- ořechová kostka,
- jahodová roláda,
- banánová roláda,
- ovocná roláda,
- lesní směs řez,
- višňo-čokoládový řez,
- tvarohový dezert,
- jogurtový řez.

4.1.1.2 Zmrzlina

Ve výrobní části bude vyráběna i vysoce kvalitní zmrzlina podle italské receptury, kde si všichni potencionální zákazníci přijdou na svoji chuť, neboť zde bude nabízeno šestnáct druhů zmrzliny, rozdělených na osm druhů ovocných a osm druhů smetanových příchutí. Zmrzlina bude nabízena do kornoutků (za příplatek do větších sladkých či čokoládových kornoutů) nebo do porcelánových misek.

Přehled nabízených zmrzlin:

Ovocné zmrzliny:

- jahodová,
- banánová,
- višňová,
- citronová,
- zelené jablko,
- broskvová,
- ananasová,
- lesní plody.

Smetanové zmrzliny:

- kávová,
- vanilková,
- jogurtová,
- lískový oříšek,
- karamelová,
- čokoládová,
- kokosová,
- pistáciová.

4.1.1.3 Poháry

Cukrárna bude nabízet dva druhy pohárů:

- Ovocné poháry – skládající se z čerstvého ovoce (jahody, mandarinky, ananas, broskev, banány nebo jejich mix), ze šlehačky a polevy.
- Zmrzlinové poháry – obsahem jsou tři kopečky zmrzliny, ovoce dle výběru, šlehačka a poleva.

4.1.1.4 Teplé a studené nápoje

Cukrárna bude nabízet výtečnou italskou kávu Segafredo, kterou si hosté budou moci dát s mlékem, smetanou nebo šlehačkou. Z této kávy bude dále nabízeno například cappuccino či latte.

Hosté se budou moci osvěžit studenými nápoji, jako jsou ovocné džusy, sprite, tonik, ale budou připravovány i osvěžující ledové kávy či mléčné koktejly více druhů.

4.1.2 Způsob financování a jeho struktura

Cukrárna bude založena a financována jednou fyzickou osobou (majitelem společnosti).

Při založení společnosti s ručením omezeným je minimální výše počátečního vkladu stanovena zákonem na 200 000 Kč. Majitel cukrárny disponuje větším obnosem finančních prostředků, a proto se rozhodl, že do počátečního vkladu vloží částku ve výši 600 000 Kč.

4.2 Shrnutí

Následující strany podnikatelského plánu se budou zabývat analýzou trhu a konkurencí na trhu, poté bude následovat krátké představení podniku, kde budou popsány například cíle podniku či důvod založení podniku. V dalších částech podnikatelského plánu budou představeny plány:

- Výrobní – zde budou informace o strojích a zařízeních potřebných k výrobě zákusků a zmrzliny, zjištění výrobních surovin a údaje o dodavatelích.
- Marketingové – v této části je věnována pozornost SWOT analýze a marketingovému mixu.

- Organizační – v této kapitole bude zaměřeno mimo jiné například na organizační strukturu podniku a odměňování pracovníků.
- Finanční záměry – zde budou popsány zisky a ztráty a zahrnuty informace o rozvaze a cash-flow.

Na konci podnikatelského plánu bude věnována pozornost rizikům, která mohou ohrozit realizaci podniku, a bude popsána připravená strategie. Závěr bude věnovaný celkovému zhodnocení podnikatelského záměru.

4.3 Konkurence na trhu

Před zahájením podnikatelské činnosti potřebuje mít majitel firmy dostatečné informace o konkurenci v jejím okolí a být informován jak bude cukrárna ve městě přijata u potenciálních zákazníků.

4.3.1 Průzkum trhu

Analýza trhu bude uskutečněna majitelem firmy. Majitel se rozhodl pro kladení předem připravených otázek potenciálním zákazníkům v centru města Prostějov. Získané skutečnosti bude následně vyhodnocovat.

4.3.2 Konkurence

Ve městě Prostějov je středně velký počet kaváren, cukráren, barů a restaurací. Firma se rozhodla pro porovnání konkurenčních cen s cenami cukrárny Pamlsek. Ceny budou porovnávány se dvěma hlavními konkurenčními cukrárnami města Prostějov, které taktéž vyrábějí vlastní zmrzlinu a zákusky.

Tab. 2. Porovnávání cen s konkurenčními cukrárnami

Výrobek	Cukrárna A	Cukrárna B	Cukrárna Pamlsek
Porce zmrzliny	10 Kč	10 Kč	10 Kč
Čokoládový řez	35 Kč	29 Kč	25 Kč
Jahodový řez	35 Kč	29 Kč	25 Kč

Espresso s mlékem	32 Kč	31 Kč	29 Kč
Ledová káva se zmrzlinou a šlehačkou	45 Kč	40 Kč	39 Kč
Ovocný pohár mix	55 Kč	55 Kč	50 Kč
Zmrzlinový pohár mix	65 Kč	65 Kč	60 Kč

Pozn.: pravé názvy cukráren nejsou zveřejněny z důvodu zachování jejich anonymity, proto bylo rozhodnuto o označení „Cukrárna A“ a „Cukrárna B“.

4.4 Podnikatelský subjekt

Cukrárna Pamlsek se bude nacházet v centru města Prostějov, kde rozloha vnitřní cukrárny je 120 m², zahrádka před cukrárnou zabírá 40 m² a výrobní zákusků a zmrzliny se nachází v zadní oddělené části cukrárny, která má rozlohu 36 m².

4.4.1 Cíle podniku

Hlavní cíle cukrárny Pamlsek jsou z časového hlediska rozděleny na cíle:

Krátkodobé:

- získání spokojených zákazníků,
- zodpovědnost a pracovitost zaměstnanců.

Dlouhodobé:

- dobré jméno cukrárny,
- dosahování stabilního zisku,
- upevnění pozice na trhu.

4.4.2 Způsob získání počátečního kapitálu

Majitel vloží do zahájení podnikatelské činnosti částku 600 000 Kč, ostatní potřebné finanční prostředky budou získány v komerční bance Prostějov formou úvěru.

4.4.3 Důvody založení podniku

Každým důvodem pro založení podniku (ať už hlavním či vedlejším) je vytvoření zisku. Zisk je vlastně to nejdůležitější, co udrží firmu na trhu. Od zisku se odvíjí spokojenost zákazníků, dobrá kvalita výrobků a služeb a mnoho dalších.

Dalšími důvody založení podniku zakladatele je osamostatnění, prosazení se na trhu a úspěšnost cukrárny ve městě.

Zakladatel disponuje širokou škálou znalostí a zkušeností v oboru:

- 4-leté studium střední školy hotelové a služeb v Kroměříži (cenné znalosti v oblasti pohostinství, stolničení, obsluhy, etiky a jiné),
- 3-leté bakalářské studium vysoké školy Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (cenné poznatky z oblasti právní, podnikatelské, ekonomické, marketingové a další),
- praxe v oboru (restaurace Vyškov, lázně Luhačovice a školní restaurace SŠHS Kroměříž).

4.5 Výrobní (obchodní) plán

O celý výrobní proces zákusků a zmrzliny (včetně dortů, které budou možné k zakoupení na objednávku) se bude starat majitel cukrárny. Výroba bude uskutečňována pravidelně podle denní spotřeby – každý den nebo jedenkrát za dva dny.

4.5.1 Stroje a zařízení potřebné k výrobě

K výrobě produktů je zapotřebí pořízení těchto zařízení:

- pro výrobu zákusků – pracovní nerezový stůl, pomocný stůl (odkladní plocha), úložné prostory, stojany, hořák, pečící trouba, robot ke šlehání, dvě lednice, mrazicí box, tři nerezové mísy, dvacet táců na zákusky (deset velkých a deset malých), tři druhy nožů, naběračka, misky na suroviny,
- pro výrobu zmrzliny – stroj na tvorbu zmrzliny, přístroj na vaření mléka, kotle na přenos mléka,
- pro výrobu šlehačky – stroj na šlehačku.

4.5.2 Výrobní suroviny

Suroviny potřebné k výrobě zákusků a zmrzliny jsou následující:

- zákusky – mouka, vejce, cukr mletý, ovoce dle typu zákusku (jahody, banány, višně, ananas, broskev, maliny, borůvky), čokoláda, karamel, ořechy, měkký tvaroh, bílý jogurt,
- zmrzlina – mléko, barviva, pasta všech vyráběných příchutí, cukr. Do ovocných zmrzlin přidáváme ovocný prášek a ovoce dle příchutě (jahody, banány, citrony a další), do smetanových zmrzlin přidáváme smetanový prášek a suroviny dle druhu zmrzliny (např. kakao, káva, ořechy, jogurt).

4.5.3 Dodavatelé

Firma bude potřebovat ke své činnosti dodavatele pro nealkoholické nápoje, kávu, kornouty na zmrzlinu a suroviny pro tvorbu zmrzliny.

Firma naváže spolupráci s těmito dodavateli:

- Coca-cola – dovozce nápojů coca-cola, coca-cola light, sprite, fanta, kinley tonic (klasic a zázvor), bonaqua (perlivá, jemně perlivá, neperlivá), cappy (multivitamin, pomeranč, jahoda, jablko a černý rybíz).
- Segafredo – dovozce kávy Segafredo a ovocných, zelených a černých čajů.
- Kornouty – dovozce obyčejných kornoutků, velkých sladkých a čokoládových kornoutů. Dále trubičky a oplatky na ozdobu pohárů.
- Zmrzlina – barviva a pasty do zmrzliny, ovocné a smetanové prášky, mléko, polevy (čokoládová, karamelová a jahodová).

Dodavatelé byli zvoleni na základě doporučení od příbuzných podnikatelů, kteří s nimi spolupracují.

4.6 Marketingový plán

Pro zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů Cukrárny Pamlsek poslouží vypracování SWOT analýzy.

Hlavní přednosti cukrárny Pamlsek:

- umístění cukrárny se nachází na frekventovaném místě města Prostějov,
- zkušenosti v oboru podnikání,
- v letní sezoně bude před cukrárnou moderní zahrádka,
- cukrárna bude oddělena pro kuřáky i nekuřáky,
- poměrně nízké ceny oproti konkurenci,
- kvalitní a netradiční zákusky vlastní výroby,
- zmrzlina dle italské receptury,
- slevová kartička pro desátou kávu zdarma.

Nevýhody cukrárny:

- velké množství zaběhnuté konkurence,
- nejistota úspěchu.

Příležitosti:

- získání stálých zákazníků,
- úspěch v podnikání,
- konkurenceschopnost,

Hrozby:

- zánik podniku,
- neoblíbenost podniku,
- příležitostná konkurence.

Z uvedené analýzy vyplývá, že firma má nejvíce silných stránek, což je důležité pro prospěch firmy. Z tohoto zjištění docházíme k závěru, že cukrárna by mohla být na trhu úspěšná.

4.6.1 Distribuce

Cukrárna bude upřednostňovat prodej výrobků ve formě osobního přímého prodeje. Všechny objednávané výrobky (především dorty a větší počet zákusků) budou osobně vyzvedávány v místě cukrárny. Výrobky budou připraveny k odběru ve chladících vitrínách na předem dohodnutý termín a čas.

V den objednávky odběratel zaplatí zálohu ve výši 50 % z celkové ceny objednávaných výrobků. V případě nevyzvednutí objednávky do 24 hodin od dohodnutého času záloha propadá bez náhrady.

4.6.2 Propagace

Před samotným otevřením cukrárny je velmi důležité informovat potenciální zákazníky o vzniku nové cukrárny Pamlsek spolu s nabízenými výrobky.

4.6.2.1 Způsob propagování

Majitel bude propagovat cukrárnu ve formě reklamy v tisku, která bude uskutečněna přibližně jeden měsíc před otevřením podniku.

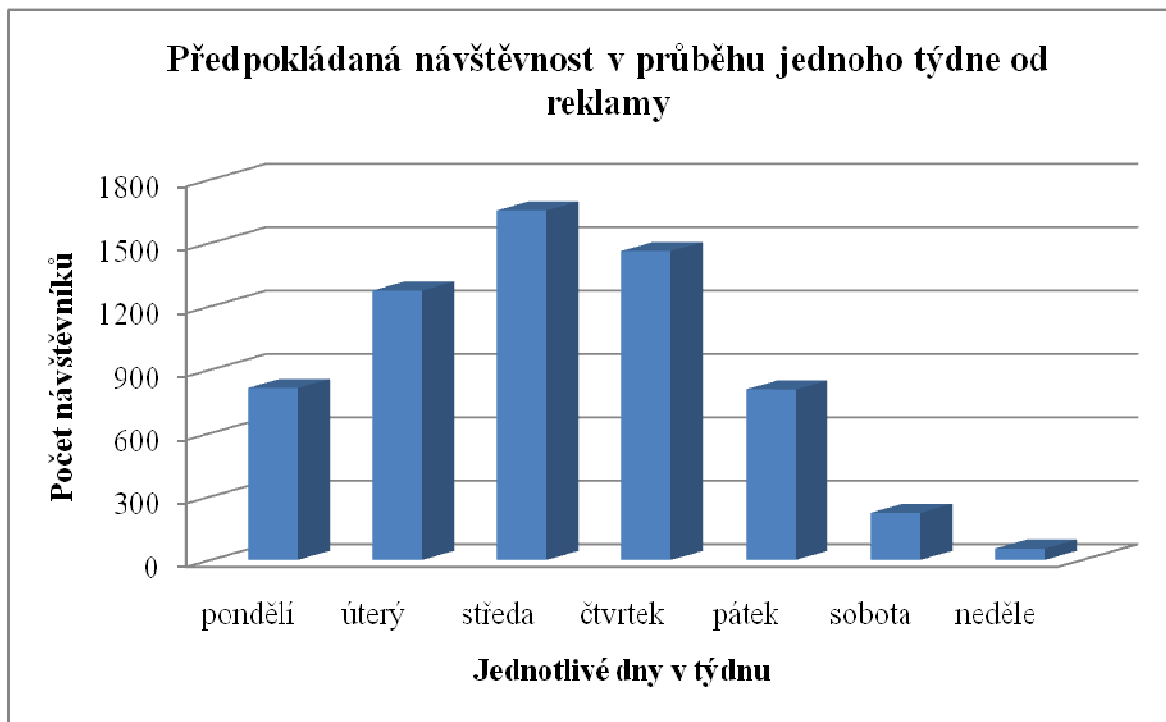
Majitel cukrárny uskuteční reklamu ve dvou hlavních novinách města Prostějov:

- Prostějovský Večerník (vychází každé pondělí).
- Prostějovský Týden (vychází každou středu).

V tisku budou základní informace o nově otevírané cukrárně spolu s odkazem na internetové stránky, kde potenciální zákazník získá více informací o nabízených výrobcích včetně cen spolu s fotogalerií.

Postup uskutečnění propagace:

- formulace textu a pořízení fotografií,
- domluvení schůzky s reklamní agenturou,
- dohodnutí podmínek,
- vytvoření reklamy,
- platba za službu.



Obr. 3. Předpokládaná návštěvnost internetových stránek cukrárny Pamlsek

Předpokládaná návštěvnost internetových stránek cukrárny Pamlsek v období sedmi dnů by z hlediska nejčtenějších novin Prostějova mohla být vysoká a forma propagace by tím nabyla účinnosti.

4.6.2.2 *Zdůvodnění výběru propagace*

Majitel firmy se rozhodoval mezi třemi možnostmi propagace – publicita, podpora prodeje a reklama. Publicita, kde byla vybrána forma sponzorství, se jevila jako nejméně účinná (z pohledu firmy byla považována za nízkou informovanost potenciálním zákazníkům). Podpora prodeje ve formě ochutnávek či soutěží byla zamítnuta z důvodů časové a finanční náročnosti. Reklama ve formě tisku v hlavních novinách města Prostějov se jevila jako nejméně časově a finančně nákladná a nejvíce účinná.

4.6.2.3 *Cena*

Cena je důležitým krokem k úspěchu podniku. Od cen se odvíjí návštěvnost cukrárny a především její zisk. Majitel firmy bude vytvářet ceny s ohledem na náklady, zákazníky a konkurenci.

Při tvorbě cen bude brán největší ohled na náklady. Firma potřebuje dosahovat zisk, a proto budou řádně propočítány nákladové hodnoty na výrobky.

Od zjištěných nákladů bude cena majitelem určována dále pomocí:

- zákazníků – firma bude brát ohled na potencionální zákazníky a výši cen z určité části uskutečňovala na základě pohledu ze strany kupujícího,
- konkurence – majitel cukrárny má široký rozhled o cenách v konkurenčních kavárnách a cukrárnách, pomocí kterého bude tvořit ceny menší nebo alespoň na stejné úrovni jako konkurence.

4.7 Organizační plán

Majitel firmy bude vést podnik, dále bude mít na starosti vytváření organizační struktury firmy a bude určovat odměňování pracovníků.

4.7.1 Vedení firmy

Majitelem podniku bude Lucie Měchurová, která ve firmě bude zastupovat tyto pozice:

- jednatelka společnosti,
- vedoucí provozu, propagace, marketingu a personalistiky,
- školitelka nových zaměstnanců či brigádníků,
- výrobkyně zákusků a zmrzliny.

4.7.2 Organizační struktura podniku

Nově vznikající cukrárna potřebuje vynakládat se svými finančními prostředky tak, aby mohla pravidelně a v co největším možném obnosu splácet svůj úvěr.

Studenti Střední odborné školy a Středního odborného učiliště v Prostějově (dále jen SOŠ a SOU) studující obor číšník / servírka, potřebují ke svému studiu a zároveň budoucímu zaměstnání praxi.

Na základě těchto skutečností dojde mezi Cukrárnou Pamlsek a SOU a SOŠ k navázání spolupráce na dobu jednoho roku. Studenti třetího a čtvrtého ročníku se budou pravidelně střídát a budou docházet na pracoviště v počtu šesti studentů po dobu čtrnácti dnů.

Před zahájením spolupráce proběhne víkendové školení studentů (sobota – třetí ročník, neděle – čtvrtý ročník) uskutečněné vedením podniku.

Školení bude obsahovat tyto následující kroky:

- úvodní seznámení,
- požadavky na pracovní činnost – přístup k zákazníkům, obsluha, oděv, morálka apod.),
- představení nabízených výrobků a jejich ocenění,
- ukázky přípravy jednotlivých druhů káv, pohárů apod.,
- dotazy,
- závěr.

Na školení studenti dostanou přehledový plán nabízených výrobků nápojů, káv, pohárů (včetně postupných bodů jejich přípravy) spolu s cenami, aby měli přehled před nástupem na čtrnáctidenní praxi.

4.7.3 Odměňování pracovníků

Studenti SOŠ a SOU Prostějov budou mít praxi v cukrárně Pamlsek jako povinnou část v rámci nabírání nových poznatků a zkušeností potřebných k ukončení jejich studia.

Každý student dostane za vykonanou práci symbolických 500 Kč na základě smlouvy.

4.8 Finanční záměry

4.8.1 Plán nákladů

Tab. 3. Měsíční náklady na provoz cukrárny

Náklad	Kč
Nájem	35 000 Kč
Energie	15 000 Kč
Telefon, internet	2 000 Kč
Celkem	52 000 Kč

Pozn.: v nájmu jsou zahrnuty i poplatky za popelnice a prostory venkovní zahrádky.

Tab. 4. Měsíční osobní náklady

Náklad	Kč
Učni	6 000 Kč
Majitel	26 000 Kč
Celkem	32 000 Kč

Měsíční osobní náklady činí 32 000 Kč.

Tab. 5. Počáteční náklady na propagaci cukrárny:

Náklad	Kč
Tvorba internetových stránek	2 700 Kč
Výroba dotazníků	200 Kč
Reklama v tisku	4 000 Kč
Celkem	6 900 Kč

Počáteční náklady na propagaci cukrárny v prvním měsíci podnikání činí 6 900 Kč.

Tab. 6. Počáteční náklady na založení společnosti s ručením omezeným:

Náklad	Kč
Založení s. r. o.	27 500 Kč
Celkem	27 500 Kč

Podnikatel si nechá založit společnost s ručením omezeným u Profi společnosti s. r. o., která zakládá společnost s ručením omezeným do cca 8 pracovních dnů za cenu 27 500 Kč.

Založení s. r. o. u Profi společnosti zahrnuje:

- obstarání a vyplnění veškerých potřebných dokumentů a formulářů,
- notářský zápis,

- ověření podpisů zakladatele na všech dokumentech,
- výpis z trestního rejstříku jednatelů,
- výpis z katastru nemovitostí pro sídlo zakládané společnosti,
- výpis z živnostenského rejstříku nově založené společnosti,
- obstarávání živnostenských oprávnění,
- přihlášení společnosti k dani z příjmu (DPH).
- kolky a soudní poplatky za návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku.¹²

Jediné, o co se majitel musí (v tomto případě) postarat, je složení základního kapitálu na bankovní účet nově zakládané s. r. o. a uhrazení poplatku za službu.

Tab. 7. Měsíční splátka úvěru

Náklad	Kč
Úvěr	11 600 Kč
Celkem	11 600 Kč

Úvěr bude poskytnutý u Komerční banky Prostějov ve výši 600 000 Kč. Úvěr bude splácen po dobu pěti let s úrokovou sazbou 6 %. Měsíční splátka úvěru činí 11 600 Kč.

Majiteli v tomto případě bude úvěr za pět let navýšen o 95 980 Kč, celkem tedy splatí částku 695 980 Kč.

¹² Profispolecnosti.cz [online]. 2009 [cit. 2011-03-02]. Založení společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.profispolecnosti.cz/sluzby/zalozeni-spolecnosti#zalozenisro>>.

Tab. 8. Přehled ostatních nákladů

Náklad	Kč
Propagace cukrárny	6 900 Kč
Založení s. r. o.	27 500 Kč
Úvěr	11 600 Kč
Celkem	46 000 Kč

Tab. 9. Měsíční odepisování dlouhodobého majetku

Náklad	Kč
Odpisy	7 334 Kč
Celkem	7 334 Kč

Dlouhodobý hmotný majetek ve výši 800 000 Kč bude odepisován dle daňového zákona rovnoměrně (lineárně). Odepisování bude probíhat po dobu pěti let podle druhé odpisové skupiny. V prvním roce bude odpis činit 11 % (tedy částku 88 000 Kč, měsíčně 7 334 Kč), další roky bude odpis činit 22,25 %.

Tab. 10. Nákladové položky při založení cukrárny v prvním měsíci podnikání:

Náklad	Kč
Zařízení provozovny	860 000 Kč
Zásoby surovin (měsíc)	194 000 Kč
Provozní náklady (měsíc)	52 000 Kč
Osobní náklady (měsíc)	32 000 Kč
Ostatní náklady	46 000 Kč
Odpisy	7 334 Kč
Náklady celkem	1 191 334 Kč

4.8.2 Plán tržeb

Tab. 11. Předpokládané tržby v období pěti let

Kalendářní rok	2012	2013	2014	2015	2016
Tržby v Kč	6 948 000	7 100 000	7 400 000	7 560 000	7 780 000

V prvním roce podnikání je odhadovaná výše (roční) tržby 6 948 000 Kč. Tržby jsou odhadovány z mnoha důvodů např. profesionální obsluha, nabízení kvalitních a netradičních zákusků a italské zmrzliny za příznivé ceny a příjemné posezení na zahrádce.

Další roky cukrárna předpokládá postupné navyšování tržeb z hlediska oblíbenosti cukrárny, získání stálých a přilákání nových zákazníků.

Zvyšování tržeb je do dalších let předpokládáno i z důvodu stoupaní cen výrobků v důsledku inflace.

4.8.3 Výkaz zisků a ztrát pro rok 2012

Tab. 12. Odhad ročních příjmů a nákladů při optimistickém, pesimistickém a reálném odhadu pro rok 2012

Výsledovka 2012	Pesimistický odhad	Optimistický odhad	Reálný odhad
Celkové tržby	4 326 000 Kč	10 440 000 Kč	6 948 000 Kč
Celkové náklady	3 929 600 Kč	5 849 600 Kč	4 457 600 Kč
Z toho:			
Vstupní náklady	894 400 Kč	894 400 Kč	894 400 Kč
Náklady na suroviny	1 800 000 Kč	3 720 000 Kč	2 328 000 Kč
Osobní náklady	384 000 Kč	384 000 Kč	384 000 Kč
Provozní náklady	624 000 Kč	624 000 Kč	624 000 Kč
Odpisy	88 000 Kč	88 000 Kč	88 000 Kč

Splátka úvěru	139 200 Kč	139 200 Kč	139 200 Kč
Hospodářský výsledek před zdaněním	396 400 Kč	4 590 400 Kč	2 490 400 Kč
Daň z příjmu (19 %)	75 316 Kč	872 196 Kč	473 176 Kč
Hospodářský výsledek po zdanění	321 084 Kč	3 718 208 Kč	2 017 224 Kč

Náklady osobní, provozní, vstupní (zařízení provozovny, propagační náklady a náklady na založení s. r. o.), odpisy a splátka úvěru budou pro odhad ročních příjmů a nákladů při pesimistickém, optimistickém a realistickém odhadu neměnné. Tyto náklady budou pro cukrárnu Pamlsek fixní (stálé).

Pesimistický odhad poukazuje na nízké tržby, které mohou být zapříčiněné např. neoblíbeností cukrárny, vysokou a kvalitnější konkurencí apod. Náklady na suroviny jsou vysoké z důvodu nevyprodání výrobků, dále jejich likvidace zapříčiněná prošlou trvanlivostí apod.

Optimistický odhad tržeb je určen velkým prodejem výrobků, oblíbeností cukrárny a vysokou návštěvností. Odhad nákladů na suroviny je poměrně nízký z důvodů pravidelné výroby a prodeje veškerých výrobků bez jejich likvidace.

4.8.4 Rozvaha

Tab. 13. Zahajovací rozvaha ve zjednodušeném rozsahu

Označení	AKTIVA	Číslo řádku	1. 1. 2012
	AKTIVA CELKEM	01	1 200 000 Kč
A.	Pohledávky za zapsaný základní kapitál	02	
B.	Stálá aktiva	03	800 000 Kč
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	04	
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	05	800 000 Kč

B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	06	
C.	Oběžná aktiva	07	400 000 Kč
C. I.	Zásoby	08	194 000 Kč
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	09	
C. III.	Krátkodobé pohledávky	10	
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	11	206 000 Kč

Označení	PASIVA	Číslo řádku	1. 1. 2012
	PASIVA CELKEM	14	1 200 000 Kč
A.	Vlastní kapitál	15	600 000 Kč
A. I.	Základní kapitál	16	600 000 Kč
A. II.	Kapitálové fondy	17	
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný zisk a ostatní fondy ze zisku	18	
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	19	
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	20	
B.	Cizí zdroje	21	600 000 Kč
B. I.	Rezervy	22	
B. II.	Dlouhodobé závazky	23	
B. III.	Krátkodobé závazky	24	
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	25	600 000 Kč

Tab. 14. Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu

Označení	AKTIVA	Číslo řádku	31. 12. 2012
	AKTIVA CELKEM	01	3 078 024 Kč
A.	Pohledávky za zapsaný základní kapitál	02	
B.	Stálá aktiva	03	712 000 Kč
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	04	
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	05	712 000 Kč
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	06	
C.	Oběžná aktiva	07	2 366 024 Kč
C. I.	Zásoby	08	560 000 Kč
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	09	
C. III.	Krátkodobé pohledávky	10	
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	11	1 806 024 Kč

Označení	PASIVA	Číslo řádku	31. 12. 2012
	PASIVA CELKEM	14	3 078 024 Kč
A.	Vlastní kapitál	15	2 617 224 Kč
A. I.	Základní kapitál	16	600 000 Kč
A. II.	Kapitálové fondy	17	
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný zisk a ostatní fondy ze zisku	18	
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	19	
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního	20	2 017 224 Kč

	období		
B.	Cizí zdroje	21	460 800 Kč
B. I.	Rezervy	22	
B. II.	Dlouhodobé závazky	23	
B. III.	Krátkodobé závazky	24	
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	25	460 800 Kč

4.8.5 Cash Flow v letech 2012 – 2014

Tab. 15. Pesimistická varianta

Cash Flow	2012	2013	2014
Příjmy	4 326 000 Kč	4 385 000 Kč	4 520 000 Kč
Výdaje	3 903 200 Kč	3 207 200 Kč	3 298 200 Kč
Vstupní náklady	894 400 Kč	0 Kč	0 Kč
Náklady na suroviny	1 800 000 Kč	1 970 000 Kč	2 035 000 Kč
Osobní náklady	357 600 Kč	380 000 Kč	400 000 Kč
Provozní náklady	624 000 Kč	630 000 Kč	636 000 Kč
Splátka úvěru	139 200 Kč	139 200 Kč	139 200 Kč
Odpisy	88 000 Kč	88 000 Kč	88 000 Kč
Hotovostní tok	422 800 Kč	1 177 800 Kč	1 221 800 Kč
Daně (19 %)	80 332 Kč	223 782 Kč	232 142 Kč
Zdaněný hotovostní tok	342 468 Kč	954 018 Kč	989 658 Kč
Konečný stav	342 468 Kč	1 296 486 Kč	2 286 144 Kč

Tab. 16. Optimistická varianta

Cash Flow	2012	2013	2014
Příjmy	10 440 000 Kč	12 641 500 Kč	13 780 000 Kč
Výdaje	5 823 200 Kč	6 247 500 Kč	7 309 300 Kč
Vstupní náklady	894 400 Kč	0 Kč	0 Kč
Náklady na suroviny	3 720 000 Kč	5 010 300 Kč	6 002 100 Kč
Osobní náklady	357 600 Kč	370 000 Kč	420 000 Kč
Provozní náklady	624 000 Kč	640 000 Kč	660 000 Kč
Splátka úvěru	139 200 Kč	139 200 Kč	139 200 Kč
Odpisy	88 000 Kč	88 000 Kč	88 000 Kč
Hotovostní tok	4 586 400 Kč	6 394 000 Kč	6 470 700 Kč
Daně (19 %)	871 416 Kč	1 214 860 Kč	1 229 433 Kč
Zdaněný hotovostní tok	3 714 984 Kč	5 179 140 Kč	5 241 267 Kč
Konečný stav	3 714 984 Kč	8 894 124 Kč	14 135 391 Kč

Tab. 17. Realistická varianta

Cash Flow	2012	2013	2014
Příjmy	6 948 000 Kč	7 100 000 Kč	7 400 000 Kč
Výdaje	4 431 200Kč	3 398 200 Kč	3 657 200 Kč
Vstupní náklady	894 400 Kč	0 Kč	0 Kč
Náklady na suroviny	2 328 000 Kč	2 180 000 Kč	2 430 000 Kč
Osobní náklady	357 600 Kč	360 000 Kč	365 000 Kč
Provozní náklady	624 000 Kč	631 000 Kč	635 000 Kč
Splátka úvěru	139 200 Kč	139 200 Kč	139 200 Kč

Odpisy	88 000 Kč	88 000 Kč	88 000 Kč
Hotovostní tok	2 516 800 Kč	3 701 800 Kč	3 742 800 Kč
Daně (19 %)	478 192 Kč	703 342 Kč	711 132 Kč
Zdaněný hotovostní tok	2 038 608 Kč	2 998 458 Kč	3 031 668 Kč
Konečný stav	2 038 608 Kč	5 037 066 Kč	8 068 734 Kč

4.9 Rizika

„Podnikání vyžaduje disciplinovaný přístup. Úspěch čeká na ty, kteří rychle identifikují a systematicky eliminují rizika ve správném pořadí, používají při tom odpovídající úroveň zdrojů a přiměřené metody.“¹³

Každý nový podnik musí počítat s velkým množstvím rizik. Největším rizikem nově zakládané firmy je neúspěch na trhu, který může vést k finančním potížím a následnému krachu podniku, jestliže riziko nebude včas odstraněno nebo alespoň zredukováno na minimum.

Rizika cukrárny mohou být:

Interní rizika

- Poškození výrobního zařízení – cukrárna potřebuje pro plynulý chod výroby všechny potřebné stroje a zařízení k tvorbě zákusků a zmrzliny. Jestliže se nějaké zařízení poškodí, zastaví se výrobní provoz a podnik bude po dobu opravy ztrácet zisk. V tomto případě je nutné mít dostatek finančních prostředků (rezerv) pro úhradu opravy. Pro minimalizaci tohoto rizika je nutná pravidelná kontrola a údržba výrobního zařízení.

¹³ Modernizeni.ihned.cz [online]. 20. 12. 2010 [cit. 2011-03-16]. Jak snížit rizika při zakládání firmy. Dostupné z WWW: <<http://modernizeni.ihned.cz/c1-48711830-jak-snizit-rizika-pri-zakladani-firmy>>.

- Nedostatek surovin – cukrárna potřebuje pro výrobu zákusků a zmrzliny všechny potřebné suroviny. Dodavatel, který se opozdí s dodávkou, nám způsobí ztrátu zisku z prodeje výrobků, které nemohou být v daný čas vyrobeny a nabízeny. Tomuto riziku může podnik předejít např. pečlivým výběrem dodavatelů nebo sankcí za zpoždění dodávky.

Externí rizika

- Nízká návštěvnost – toto riziko může být zapříčiněno např. konkurencí, nespokojeností zákazníků apod. V tomto případě je důležitá komunikace se zákazníky, s jejichž pomocí zjistíme příčiny nízké návštěvnosti, které se bude podnik následně snažit odstranit.

4.10 Závěr

Z finančního záměru vyplývá, že realizace nového podniku je možná, podnik bude úspěšný a na trhu si najde své místo. Rozhodnutí bankovních subjektů o poskytnutí finančních prostředků pro tuto firmu by mělo být kladné.

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu na založení nového podniku v České republice. V tomto případě se konkrétně jednalo o založení cukrárny Pamlsek ve městě Prostějov.

Podnikatelský plán byl zpracovaný pomocí mnoha internetových a literárních zdrojů, nejvíce informací bylo čerpáno z knihy „Podnikatelský plán“ (KORÁB, V., REŽŇÁKOVÁ, M., PETERKA, J.. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.).

Tato kniha obsahuje velké množství informací a je postačující k základním poznatkům při tvorbě podnikatelského plánu.

Při zpracování podnikatelského plánu v této bakalářské práci byl kladen důraz především na stručnost, výstižnost a úplnost. V každé literatuře je struktura podnikatelského plánu v něčem odlišná. Je to z důvodu individuality pro každý podnik. Existují však základní atributy, které by měly být obsaženy v každém podnikatelském plánu bez ohledu na druh podniku či účel tvorby plánu. Na základě těchto skutečností, byl vytvořen podnikatelský plán pro cukrárnu Pamlsek.

Druhým cílem této bakalářské práce bylo celkové zhodnocení podnikatelského záměru spolu s následným zjištěním, zda realizace zakládaného podniku bude mít šanci na úspěch či ne.

Vzhledem k získaným informacím vytvořených ve finančním záměru je pravděpodobné, že firma bude na trhu více než úspěšná. V případě, že cukrárna bude dosahovat velmi nízkých zisků v podobě pesimistického odhadu uvedeného v části výkazu zisků a ztrát, nebude podniku hrozit riziko zániku, jelikož i přes to bude firma stále výdělečná, a to je nejdůležitější.

Jsem přesvědčená, že nová cukrárna se na trhu uchytí a bude konkurenceschopná. Nabízené výrobky budou pro město a okolí novinkou a věřím, že si každý potenciální zákazník cukrárnu oblíbí.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

- [1] FOTR, J. *Podnikatelský plán*. Dana Pokorná; Adéla Bělovská. 2. přeprac. vyd. Praha : Grada Publishing, spol. s.r.o., 1999. 216 s. ISBN 80-7169-812-1.
- [2] FOTR, J., SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 356 s. Expert. ISBN 80-247-0939-2.
- [3] KORÁB, V., REŽŇÁKOVÁ, M., PETERKA, J. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [4] SRPOVÁ, J., et al. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha : Oeconomica, 2007. 242 s. ISBN 978-80-245-1263-1.
- [5] STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. Vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- [6] STOKES, D., *Small Business Management. An Active-Learning Approach*. 2nd Edition London: DP Publications Ltd, 1995, 386 pp. ISBN 1-85805-129-0
- [7] VEBER, J., SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy 2., aktualizované a rozšířené vydání*. 2. vyd. Praha : Grada Publishing, a. s., 2008. 320 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [8] WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha : Management Press, 2003. 159 s. ISBN 80-7261-075-9.

Internetové zdroje:

- [9] *Business.center.cz* [online]. [cit. 2010-11-07]. Občanský zákoník. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcenzak/>>.
- [10] *Business.center.cz* [online]. [cit. 2010-11-07]. Obchodní zákoník. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>>.
- [11] *Business.center.cz* [online]. [cit. 2011-01-08]. Společnost s ručením omezeným. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/shrnuti.aspx>>.

- [12] *Business.center.cz* [online]. [cit. 2010-11-07]. Živnostenský zákon. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>>.
- [13] *Euroekonom.cz* [online]. [cit. 2010-12-02]. Podnikání na živnostenský list. Dostupné z WWW: <<http://www.euroekonom.cz/podnikani-zl.php>>.
- [14] *Finance.bleskove.net* [online]. 2009 [cit. 2010-11-29]. Podnikatelský plán. Dostupné z WWW: <<http://www.finance.bleskove.net/clanek/podnikatelsky-plan.html>>.
- [15] *Firemnifinance.cz* [online]. [cit. 2010-12-04]. Podnikatelský plán. Dostupné z WWW: <<http://www.firemnifinance.cz/zivot-podnikatele/informace/zacatek-podnikani/podnikatelsky-plan/>>.
- [16] *Ipodnikatel.cz* [online]. [cit. 2011-01-04]. Proč je důležité před zahájením podnikání sepsat podnikatelský plán. Dostupné z WWW: <<http://www.ipodnikatel.cz/Podnikatelsky-plan/proc-je-dulezite-pred-zahajenim-podnikani-sepsat-podnikatelsky-plan.html>>.
- [17] *Managementmania.com* [online]. c2008-2010 [cit. 2010-11-19]. SWOT analýza. Dostupné z WWW: <<http://managementmania.com/index.php/planovani/46-ostatni/102-swot/>>.
- [18] *Modernirizeni.ihned.cz* [online]. 20. 12. 2010 [cit. 2011-03-16]. Jak snížit rizika při zakládání firmy. Dostupné z WWW: <<http://modernirizeni.ihned.cz/c1-48711830-jak-snizit-rizika-pri-zakladani-firmy>>.
- [19] *Profispolecnosti.cz* [online]. 2009 [cit. 2011-03-02]. Založení společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.profispolecnosti.cz/sluzby/zalozeni-spolecnosti#zalozenisro>>.
- [20] *Prokoppr.cz* [online]. 2009 [cit. 2010-12-10]. Průvodce podnikatelským plánem. Dostupné z WWW: <<http://www.prokoppr.cz/pruvodce-podnikanim/pruvodci-podnikanim/pruvodce-podnikatelskym-planem/>>.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Aj.	A jiné
Apod.	A podobně
Cca	Přibližně
Kč	Koruna česká
Např.	Například
§	Paragraf
Pozn.	Poznámka
%	Procento
Tzv.	Takzvané
Sb.	Sbírka

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Podnikatelský plán jako součást procesu plánování.....	16
Obr. 2. Marketingový mix	25
Obr. 3. Předpokládaná návštěvnost internetových stránek cukrárny Pamlsek.....	38

SEZNAM TABULEK

Tab. 1. Smysl podnikatelského plánu	18
Tab. 2. Porovnávání cen s konkurenčními cukrárnami.....	32
Tab. 3. Měsíční náklady na provoz cukrárny	40
Tab. 4. Měsíční osobní náklady	41
Tab. 5. Počáteční náklady na propagaci cukrárny:.....	41
Tab. 6. Počáteční náklady na založení společnosti s ručením omezeným:	41
Tab. 7. Měsíční splátka úvěru	42
Tab. 8. Přehled ostatních nákladů	43
Tab. 9. Měsíční odepisování dlouhodobého majetku	43
Tab. 10. Nákladové položky při založení cukrárny v prvním měsíci podnikání:	43
Tab. 11. Předpokládané tržby v období pěti let	44
Tab. 12. Odhad ročních příjmů a nákladů při optimistickém, pesimistickém a reálném odhadu pro rok 2012.....	44
Tab. 13. Zahajovací rozvaha ve zjednodušeném rozsahu.....	45
Tab. 14. Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu	47
Tab. 15. Pesimistická varianta	48
Tab. 16. Optimistická varianta.....	49
Tab. 17. Realistická varianta.....	49

SEZNAM PŘÍLOH

P I Nabídka cukrárny Pamlsek

PŘÍLOHA P I: NABÍDKA CUKRÁRNY PAMLSEK

Porce zmrzliny 10 Kč

Ovocné zmrzliny:

- jahodová
- banánová
- višňová
- citronová
- zelené jablko
- broskvová
- ananasová
- lesní plody

Smetanové zmrzliny:

- kávová
- vanilková
- jogurtová
- lískový oříšek
- karamelová
- čokoládová
- kokosová
- pistáciová

Zákusky 25 Kč

- čokoládový řez
- karamelový řez
- ořechová kostka
- jahodová roláda
- banánová roláda
- ovocná roláda
- lesní směs řez
- višňo-čokoládový řez
- tvarohový dezert
- jogurtový řez

Ovocné poháry 50 Kč

- ovocný mix pohár
- jahodový pohár
- mandarinkový pohár
- ananasový pohár
- broskvový pohár
- banánový pohár

Zmrzlinové poháry 60 Kč

- zmrzlinový mix pohár
- jahodový pohár
- mandarinkový pohár
- ananasový pohár
- broskvový pohár
- banana split

Teplé nápoje

Espresso	26 Kč
Espresso s mlékem	29 Kč
Vídeňská káva	36 Kč
Turecká káva	26 Kč
Cappuccino	29 Kč
Café Latté	36 Kč
Čaj (ovocný, zelený, černý)	22 Kč

Nealko nápoje

0,2 l Coca Cola, Coca Cola Light	29 Kč
0,2 l Sprite	29 Kč
0,2 l Fanta	29 Kč
0,25 l Tonic klasic, Tonic zázvor	29 Kč
0,2 l Cappy Juice	29 Kč
0,25 l Bonaqua (perlivá, jemně perlivá, neperlivá)	25 Kč

Ledové nápoje

0,3 l Ledová káva se zmrzlinou a se šlehačkou	39 Kč
0,3 l Frape	35 Kč
0,3 l Koktejl (jahodový, banánový)	35 Kč