

Ekonomická fakulta
Katedra řízení

Teze bakalářské práce

Podnikatelský záměr pro založení malého podniku

Vypracoval: Marek Plachý

Vedoucí práce: Ing. Dagmar Bednářová, CSc.

České Budějovice

2022/2023

Úvod

Malé a střední podniky jsou základem pro všechny ostatní sektory národní ekonomiky. Tyto podniky tvoří téměř 99 % všech podnikatelských subjektů v České republice. Podnikatelský záměr je důležitým krokem zejména v počátku podnikání. Správně sestavený podnikatelský záměr nám napoví, zda je projekt životaschopný a upozorní na možné problémy, které mohou nastat v budoucnosti. Projekt je nutné sestavit, pokud podnik usiluje o finanční prostředky od investora nebo banky. Podnikatelský záměr může také pomoci k získání společníka.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá vypracováním podnikatelského záměru, který bude sloužit jako podklad pro zahájení činnosti a dalšího rozvoje malého podniku. V práci jsou nejdříve uvedeny informační zdroje, legislativa a postupy, které jsou následně implementovány při vytváření záměru. Důležitou součástí práce je sběr informací dotazováním a průzkumem a jejich následné využití. Práce dále obsahuje odhad předpokládaného výsledku hospodaření na první tři roky podnikání a jejich kritické hodnocení. Dle vypočteného výsledku hospodaření se podnikatelský záměr ukázal jako realizovatelný.

Klíčová slova: podnikatelský záměr, marketing, hostinská činnost, podnikání

Cíl práce

Cílem bakalářské práce je vypracování podnikatelského záměru, který slouží jako podklad pro zahájení činnosti a dalšího rozvoje malého podniku.

Metodika

1. Teoretická část

Studium odborné literatury

Pro vypracování funkčního podnikatelského záměru si autor nastudoval problematiku vztahující se k danému tématu. Využita byla dále platná legislativa a odborné články publikované na internetových serverech.

Vymezení základních pojmů

V této části bakalářské práce se autor věnuje vysvětlení základních pojmů, které se vztahují k problematice bakalářské práce.

2. Praktická část

Praktická část se zabývá sestavením podnikatelského záměru. Popisuje metody, které byly využity pro získání informací.

Použité metody

Pro sestavení podnikatelského záměru byly využity tyto analýzy:

- STEP analýza,
- Porterův model pěti sil,
- Analýza vnitřního a vnějšího prostředí podniku.

Dotazník

Pro hlubší porozumění trhu bylo využito dotazování ve formě dotazníku. Cílem vytvoření dotazníku je zjistit, zda by o podnik měli zákazníci zájem. Dotazník má dále za úkol identifikovat segment potencionálních zákazníků a umožnit tak případně úpravu podnikatelského záměru. Skládá se z 15 otázek a byl zodpovězen 150 respondenty.

Analýza vnitřního a vnějšího prostředí

Tato část práce je zaměřena na analýzu vnitřního a vnějšího prostředí podniku. Analýza je vypracována pomocí osobního názoru autora jeho pohledu na probírané téma. Informace pro vytvoření této analýzy byly sbírány z tisku, sociálních sítí a veřejně dostupných statistik Českého statistického úřadu.

STEP analýza

Pro vypracování analýzy byly využity zejména informace poskytované Českým statistickým úřadem. Dalšími důležitými zdroji byly výzkumy Centra pro výzkum veřejného mínění. Informace o daňové politice byly převzaty z daňových zákonů a veřejně sdílených informací Finanční správy.

Porterův model

K vypracování tohoto modelu byly informace získány stejně jako u předchozích analýz z veřejně dostupných zdrojů na internetu. Dalším důležitým zdrojem informací byl osobní průzkum podniků v Českých Budějovicích.

Výsledek hospodaření

V této části práce byl vypočítán předpokládaný výsledek hospodaření na tři roky podnikání za předpokladu změn na trhu. Pro každý rok byly vytvořeny tři varianty, a to pesimistická, reálná a optimistická. Pro každou variantu bylo klíčové do výpočtů uvést také to, zda podnik očekává účast na společenských akcích.

Výsledky

1. Vyhodnocení dotazníkového šetření

V této části jsou vyhodnoceny vybrané otázky, které nejvíce ovlivnily rozhodování při vytváření podnikatelského záměru.

Vybrané otázky a výsledky:

1. Uvítali byste novou kavárnu v Českých Budějovicích? (ano/ne)
29 % respondentů odpovědělo ne, 71 % respondentů odpovědělo ano
2. Který z následujících typů přívěsů Vám připadá zajímavější pro provoz kavárny: (výběr ze 3 typů – A, B, C)
33 % respondentů vybralo A, 26 % B, 41 % C
3. Odkud se obvykle dozvíte o novinkách ve Vašem okolí? (možnost výběru více odpovědí)

Počet odpovědí pro možné odpovědi: a) 102, b) 44, c) 89, d) 32, e) 45, f) 0

Celkové hodnocení vybraných otázek:

Dle uvedených odpovědí byl vybrán nejlépe hodnocený vzhled provozovny a také forma propagace. Ostatní otázky dotazníkového šetření byly využity zejména při výběru prodávaných položek.

2. Podnikatelský záměr

Dle vyhodnocení dotazníkového šetření a vlastního výběru je vypracován podnikatelský záměr k založení malé kavárny, která bude zřízena dle právních předpisů o živnostenském podnikání. Plánované zahájení provozu je v dubnu 2024.

Titulní list

Titulní list obsahuje logo podniku, název kavárny „Malý kafe“, sídlo, formu podnikání jako řemeslnou živnost, předmět činnosti jako hostinská činnost, jména a příjmení zakladatele, kontaktní údaje, webové stránky, sociální sítě, provozní dobu, datum zahájení činnosti a prozatím neurčené IČ a DIČ.

3. Charakteristika podniku

Podnik s mobilní provozovnou se bude účastnit společenských akcí jako jsou poutě, jarmarky, veletrhy nebo slavnosti. V době, kdy se žádné obchodně atraktivní akce nekonají, tak

bude provozovna umístěna na pozemcích města České Budějovice za podmínek daného tržního řádu.

Vlastník a provozovatel podniku je vyučený v oboru kuchař/číšník a vlastní certifikát na baristický, barmanský a someliérský kurz, takže splňuje podmínky pro provozování živnosti.

Mobilní provozovna bude situována v přestavěném obytném přívěsu značky Airstream. Provozovna bude označena viditelně jménem a identifikačním číslem podnikatele. Mezi další údaje, které budou na přívěsu uvedeny patří telefonní číslo, webové stránky a sociální sítě.

4. Formulace cílů

Krátkodobé cíle

Cíle, kterých chce podnik dosáhnout do jednoho roku. Do těchto cílů patří nábor kvalitních zaměstnanců, získání spolehlivých dodavatelů, navázání kontakt s pořadateli společenských akcí, získání zákazníků a zjištění nedostatků podnikatelského záměru. Podnik také nechce být ve ztrátovém rozpočtu.

Střednědobé cíle

V rozmezí jednoho až tří roků chce podnik dosáhnout udržení a upevnění vztahů s pořadateli společenských akcí, postupného zvyšování zisku, snížení dopadu na životní prostředí, získání dostatečné výše peněžních prostředků na fotovoltaické články, inovace služeb.

Dlouhodobé cíle

Těchto cílů chce podnik dosáhnout za tři roky a více. Dlouhodobým cílem je založení další mobilní provozovny v České republice a přizpůsobení se aktuálním trendům na trhu. Dalším cílem je generování vyššího výdělku než za předchozí období.

5. Navrhované marketingové metody

Marketingovou strategií podniku je zejména využití propagace na sociálních sítích jako jsou Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn nebo Tik Tok. Hlavním pilířem této propagace bude sdílení krátkých videí a fotek s konzistentním formátem a watermarkem s logem společnosti. Podnik chce touto formou propagace oslovit co nejširší skupinu potenciálních zákazníků.

6. Historický vývoj spotřeby kávy

Uvedení do historie odvětví zpracování a užití kávy.

7. Analýza vnitřního a vnějšího prostředí podniku

Vnitřní prostředí

Silné stránky

Tyto stránky jsou možnost přesunu mobilní provozovny dle potřeby, využití sociálních sítí pro propagaci, využití recyklovaných a recyklovatelných obalů, pozitivní vnímání ekologického smýšlení podniku.

Slabé stránky

Pro slabé stránky to je nemožnost zachování stálých zákazníků díky přesouvání mobilní provozovny, omezení propagace pouze na internetové stránky a sociální sítě, vysoké náklady na založení podniku, závislost na vztazích s pořadateli společenských akcí, závislost na dodavatelích.

Vnější prostředí

Příležitosti

Vyjednání lepších podmínek pro spolupráci s dodavateli, zlepšení vztahu s veřejností, rozvoj podnikání v jiných oblastech, možnost vzniku nových společenských akcí, vývoj technologií.

Hrozby

Nepříznivá situace na trhu, vysoká inflace, růst cen, legislativní změny, změny podmínek ze strany dodavatelů, negativní vztahy s veřejností, ovlivnitelnost mezinárodními politickými vztahy.

Výsledek analýzy vnitřního a vnějšího prostředí

Mezi nejdůležitější silné stránky podniku se řadí nízké náklady podniku na reklamu, která nám umožní snížit nadbytečné náklady. Důležitou stránkou je možnost mobilní provozovnu volně přesouvat. Zřízení internetových stránek nám umožní analyzovat množství zákazníků a části stránek, které nejčastěji navštěvují. Za významnou příležitost majitel podniku bere vyjednávání lepších cen s dodavateli. Hlavní hrozbu představují negativní recenze zákazníků, které je možné eliminovat zjednodušenou formou mystery shoppingu.

8. STEP analýza

Sociální faktory

Do této kategorie faktorů patří snaha o udržitelné a ekologické podnikání. Z těchto důvodů se majitel zaměřil v podnikatelském záměru na Fair-trade výrobky. Centrum na výzkum veřejného mínění poskytuje ohledně názoru na třídění odpadu následující informace: z 904 respondentů starších 15 let třídí odpad vždy 55 %, 33 % často, 9 % výjimečně a 3 % nikdy (1).

Pro podnik je důležité vzdělání a odbornost zaměstnanců. Klade se důraz na zaměstnávání personálu s výučním listem nebo střední školou v oboru pohostinství. Zaměstnanci musí být vyškoleni v oblasti bezpečné manipulace s nápoji a potravinami. Dle statistického výzkumu Českého statistického úřadu v roce 2022 studovalo střední školu 423 835 žáků (2).

Technické faktory

Podnik využívá pro přípravu kávy a dalších nápojů standardní technologie. Jedná se o vysokotlaký kávovar, varnou konvici, elektrický vařič a další běžné spotřebiče.

Pro podnik není v aktuálním podnikatelském záměru ekonomicky udržitelné využívat jiné moderní technologie.

Ekonomické faktory

Zvyšování nákladů a inflace je nejdůležitějším faktorem aktuální doby. Dle České národní banky se inflace k únoru 2023 pohybovala ve výši 16,7 % (3). Míra nezaměstnanosti je aktuálně na 2,5 % (4). Vzhledem k navyšování nákladů bude pro podnik nutné navýšit prodejní ceny.

Průměrná mzda se v České republice pohybuje na hranici 38 tis. Kč (5). Ve službách je průměrná mzda ve výši 27 tis. Kč.

Politické faktory

Kvůli válečnému konfliktu na Ukrajině došlo ke zhoršení mezinárodních vztahů. Tento konflikt ovlivnil zejména ceny paliv, energií a ostatního zboží.

Vzhledem ke změnám v legislativě může dojít i k ovlivnění provozování hostinských činností.

9. Porterův model pěti sil

Stávající konkurenti

Konkurence mezi kavárnami je velká a pokud bereme v potaz celé odvětví hostinských činností, tak je ještě větší. Největšími konkurenty jsou podniky v Českých Budějovicích. S konkurencí podnik bojuje pomocí poskytování stejné služby v lepší kvalitě, nebo za pomoci nižších cen.

Noví konkurenti

Nové konkurenty může od vstupu na trh odradit výše počátečních nákladů, získání know-how a legislativní bariéry. Konkurenty může dále odradit složité navázání vztahů s pořadateli společenských akcí.

Vliv odběratelů

Vzhledem k charakteristice podnikatelského záměru podnik ovlivní zejména vliv pořadatelů společenských akcí a vliv koncových zákazníků.

Vliv dodavatelů

V počátku podnikání nemá podnik vzhledem ke své velikosti šanci na vyjednávání výhodnějších smluv s dodavateli. Výhodnější podmínky je možné vyjednat až po delší době podnikání.

10. Konkurenční výhody podniku

Majitel podniku se rozhodl při vstupu na trh použít své předchozí zkušenosti z pohostinství. Podnik se chce od konkurence odlišit osobitým vzhledem provozovny, spolehlivostí, stálou kvalitou služeb a myšlenkou ekologicky udržitelného podnikání.

11. Konkurenční podniky

Vzhledem ke zvolené formě podnikání identifikuje majitel konkurenci na dvou rovinách, a to lokální a celorepublikovou.

Lokální konkurence

Do tohoto bodu patří konkurence v Českých Budějovicích, která má provozuje podobnou činnost. Jedná se o kavárnu Kotva a Praži Café (6, 7).

Celorepubliková konkurence

V tomto bodu jsou podniky s podobnou charakteristikou. Jedná se o podniky, které vlastní mobilní provozovny a nabízejí své služby formou cateringu. Jedná se o Café Na Kole a Tichou kavárnu (8, 9).

12. Potřebná dokumentace pro založení podniku

- Živnostenský list
- Koncese na prodej lihovin
- Vyjádření krajské hygienické stanice
- Zdravotní průkaz
- Povolení města k prodeji

13. Využití postupy přípravy prodávaných nápojů

Majitel se rozhodl při přípravě nápojů využít French Press, Moka konvičku a pákový kávovar.

14. Prodávané produkty

Káva – espresso, doppio, ristretto, cappuccino, caffè latte, irská káva, moka káva, french press, frappe.

Čaj – černý, zelený, ovocný, mátový, zázvorový.

Limonáda – dle výběru z více druhů.

Míchané nápoje – Mojito, Tequila sunrise, Sex on the beach, Aperol spritz, Cuba libre. Míchané nápoje je možné podávat v nealkoholické verzi.

15. Organizační struktura podniku

V podniku budou zaměstnaní maximálně 3 zaměstnanci. Všichni zaměstnanci musí být proškoleni v baristickém a barmanském kurzu. Na společenských akcích budou zaměstnáni pracovníci na dohodu o provedení práce.

Obrázek 1: Organizační struktura podniku



Zdroj: vlastní tvorba

Pracovní doba zaměstnanců

Pracovní doba zaměstnanců bude ve střídavém provozu. Každý zaměstnanec odpracuje průměrně 120 hodin měsíčně ve zkráceném úvazku. Zaměstnanci ve stálém pracovním poměru mají nárok na 4týdenní pracovní dovolenou, ale vzít si dovolenou nebude umožněno ve stejný čas. V nepřítomnosti zaměstnanců bude v kavárně pracovat majitel.

16. Finanční plán

Je důležitou součástí podnikatelského záměru. Jeho vytvoření podnikatel zjistí, zda je jeho záměr ziskový.

Režijní náklady

V této části práce jsou odhadnuty předpokládané náklady.

- nakládání s odpadem: 680 Kč měsíčně, 8 160 Kč ročně;
- vodné a stočné: 187 Kč měsíčně, 3 214 Kč ročně
- energie: 3 734 Kč měsíčně, 44 828 Kč ročně;

Další započitatelné náklady

Náklady na zaměstnance

- provozní: 33 450 Kč měsíčně, 401 400 Kč ročně;
- barista: 28 098 Kč měsíčně, 337 176 Kč ročně;
- baristický a barmanský kurz: 25 350 Kč (jednorázově).

Náklady na založení živnosti

- 1 050 Kč

Náklady na pořízení vybavení

- přívěs, přestavba, ostatní vybavení: 541 133 Kč.

Náklady na pojištění

Vzhledem k vysokým nákladům na pořízení provozovny a jejího vybavení bude sjednané pojištění pro případ krádeže, vloupání, živelní pohromy, vandalismu. Dalšími riziky jsou odpovědnost za újmu, pojištění věcí během silniční dopravy, pojištění odpovědnosti z provozu vozidla, pojištění asistenčních služeb.

- pojištění: 6 800 Kč

Předběžná vstupní rozvaha

Na základě výpočtu předběžných nákladů byla vypracována počáteční rozvaha v tabulce 1, aby majitel věděl, zda zvládne všechny náklady finančně pokrýt.

Tabulka 1: Předběžná vstupní rozvaha

Předběžná vstupní rozvaha			
Aktiva		Pasiva	
Přívěs	450 000	Vlastní kapitál	900 000
Ostatní vybavení	91 133		
Oběžná aktiva		Cizí zdroje	
Zásoby	25 000	-	
Pokladna	10 000		
Běžný účet	323 867		
Celkem	900 000	Celkem	900 000

Zdroj: vlastní tvorba

Výsledek hospodaření

Pro lepší přehled se majitel rozhodl vytvořit předpokládaný vývoj hospodaření na první tři roky v pesimistické, reálné a optimistické variantě.

Výsledek hospodaření v prvním roce

Tabulka 2: Výsledek hospodaření v prvním roce

Výsledek hospodaření (VH) v prvním roce			
Varianta	Pesimistická	Reálná	Optimistická
Výnosy	1 141 920	1 512 000	1 872 000
Náklady	1 204 782	1 373 454	1 624 946
VH	- 62 862	138 546	247 054
Daň (19 %)	0	26 323	46 940
VH po zdanění	- 62 862	112 222	200 113

Zdroj: vlastní tvorba

V tabulce 2 je nejvyšším rozdíl mezi pesimistickou a optimistickou variantou ve výši 262 975 Kč. Mezi reálnou a pesimistickou je rozdíl 175 084 Kč.

Výsledek hospodaření ve druhém roce

Tabulka 3: Výsledek hospodaření ve druhém roce

Výsledek hospodaření ve druhém roce			
Varianta	Pesimistická	Reálná	Optimistická
Výnosy	1 287 000	1 638 000	1 890 000
Náklady	1 327 473	1 427 329	1 581 611
VH	- 40 473	210 670	308 389
Daň (19 %)	0	40 027	58 593
VH po zdanění	- 40 473	170 642	249 795

Zdroj: vlastní tvorba

V tabulce 3 se u pesimistické varianty snížila oproti předchozímu roku ztráta z 62 862 Kč na ztrátu 40 473 Kč. Pro reálnou variantu vyšel výsledek hospodaření o 58 420 Kč větší než předchozí rok.

Výsledek hospodaření ve třetím roce

Tabulka 4: Výsledek hospodaření ve třetím roce

Výsledek hospodaření ve třetím roce			
Varianta	Pesimistická	Reálná	Optimistická
Výnosy	1 333 800	1 713 600	2 073 600
Náklady	1 450 232	1 395 497	1 386 899
VH	- 116 432	318 102	686 701
Daň (19 %)	0	60 439	130 473
VH po zdanění	- 116 432	257 663	556 227

Zdroj: Vlastní tvorba

Předpokládaný výsledek hospodaření v tabulce 4 pro reálnou variantu vychází na 257 663 Kč, což je navýšení oproti předchozímu roku o 87 021 Kč. Pokud bude výsledek hospodaření vycházet již třetím rokem v pesimistické variantě, tak by to znamenalo, že celková ztráta rozpočtu by byla ve výši 219 768 Kč.

17. Celkové hodnocení projektu

V prvních třech letech podnikání se podnikatelský záměr prokázal jako dostatečně efektivní pro realizaci. Vliv na podnikání má zejména účast na společenských akcích kde podnik prodejem získá nejvíce finančních prostředků. Pro další hodnocení efektivity je v bakalářské práci vypracované hodnocení efektivty vložených investic.

Závěr

Cílem této práce bylo vytvořit podnikatelský záměr pro mobilní kavárnu s názvem Malý kafe a vyhodnotit, zda by byl realizovatelný. Podnikatelský záměr obsahuje veškeré potřebné náležitosti, které byly vyhodnoceny jako důležité a ostatní doplňující informace jsou umístěny v přílohové části bakalářské práce.

Dle sestavených výpočtů předpokládaného výsledku hospodaření vyplynulo, že je podnikatelský záměr realizovatelný. V případě nepříznivé ekonomické situace je podnik schopný se přizpůsobit kroky zmíněnými v kritickém hodnocení. Největší přínos podniku je na společenských akcích. Dalším přínosem podniku je snaha o trvale udržitelné podnikání a snížení ekologického dopadu.

Seznam literatury použité v tezi

Plný seznam použité literatury je uveden v textu bakalářské práce

Internetové odkazy:

- 1) Postoje a aktivity české společnosti vzhledem k životnímu prostředí [Online]. (2021). Retrieved April 10, 2023, from <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/ostatni/ekologie/5431-postoje-a-aktivity-ceske-spolecnosti-vzhledem-k-zivotnimu-prostredi-cervenec-2021>
- 2) Celkový počet žáků a studentů [Online]. (2020). Retrieved April 10, 2023, from <http://www.vyzkum-mladez.cz/cs/statistika/indikator/32-celkove-pocty-zaku-a-studentu>
- 3) Inflace [Online]. (2023). Retrieved April 10, 2023, from <https://www.cnb.cz/cs/verejnost/servis-pro-media/komentare-cnb-ke-zverejnenym-statistickym-udajum-o-inflaci-a-hdp/>
- 4) Míry zaměstnanosti, nezaměstnanosti a ekonomické aktivity [Online]. (2023). Retrieved April 10, 2023, from <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/miry-zamestnanosti-nezamestnanosti-a-ekonomicke-aktivity-unor-2023>
- 5) Průměrné mzdy [Online]. (2023). Retrieved April 10, 2023, from <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/prumerne-mzdy-4-ctvrtleti-2022>
- 6) Kino Kotva [Online]. (2023). Retrieved April 10, 2023, from <http://www.kinokotva.cz/klient-103/kino-31/stranka-976>
- 7) Praži café [Online]. (2023). Retrieved April 10, 2023, from <https://www.prazicafe.cz/>
- 8) Café Na kole [Online]. (2023). Retrieved April 10, 2023, from <https://www.cafenakole.cz/>
- 9) Tichá kavárna [Online]. (2023). Retrieved April 10, 2023, from <https://www.tichakavarna.cz/>

Další bibliografické údaje

Type of thesis: bachelor

Author: Marek Plachý

Academic Year: 2022/2023

Department: Faculty of Economics, University of South Bohemia in Ceske Budejovice, Czech Republic

Thesis supervisor: Ing. Dagmar Bednářová, CSc.

Number of pages: 72

Language of thesis: CZ

Title of Thesis: Business plan for starting a small business

Annotation:

The bachelor's thesis deals with the development of a business plan that will serve as a basis for starting and further developing a small business. The thesis first presents information sources, legislation and procedures that are subsequently implemented in creating the plan. An important part of the thesis is collecting information through surveys and research and their subsequent utilization. The thesis also includes an estimate of the expected financial performance for the first three years of operation and their critical evaluation. Based on the calculated financial results, the business plan proved to be feasible.

Key words: business plan, marketing, hospitality, business, entrepreneurship

Přílohy volně vložené: 0

Přílohy vázané v práci: 7