

Využití projektového přístupu při založení čajovny

Adéla Tomšová

Bakalářská práce
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta aplikované informatiky

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Adéla Tomšová**
Osobní číslo: **A13249**
Studijní program: **B3902 Inženýrská informatika**
Studijní obor: **Informační technologie v administrativě**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Využití projektového přístupu při založení čajovny**
Téma anglicky: **The Use of Project-based Approach in Establishing the Tearoom**

Zásady pro vypracování:

1. Provedte literární rešerši na dané téma.
2. Popište právní a ekonomické aspekty založení čajovny.
3. Provedte analýzu trhu formou dotazníkového průzkumu.
4. Vytvořte podnikatelský plán pro založení čajovny.
5. Aplikujte nástroje projektového řízení a popište postup založení Vaší společnosti.
6. Porovnejte a vyberte nejvhodnější dostupný software pro potřeby čajovny.
7. Navrhněte možná vylepšení vybraného software pro zefektivnění tvorby podnikatelského plánu.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

1. **ABRAMS, Rhonda. Successful business plan: secrets & strategies. 5th ed. Palo Alto, Calif.: The Planning Shop, 2010, xxvi, 411 s. ISBN 978-1-933895-14-7.**
2. **BLACKWELL, David W. Podnikatelský plán: Business Guides. Průvodce pro střední a malé podnikatele. Prague: Readers International, 1993, 134 s. ISBN 8090145418.**
3. **FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.**
4. **HISRICH, Robert D a Michael P PETERS. Založení a řízení nového podniku. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996, 501 s. ISBN 80-85865-07-6.**
5. **KORÁB, V.; PETERKA, J.; REŽŇÁKOVÁ, M., Podnikatelský plán., Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0**
6. **WUPPERFELD, Udo. Podnikatelský plán pro úspěšný start. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2003, 159 s. ISBN 8072610759.**

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Michal Pleva

Ústav počítačových a komunikačních systémů

Datum zadání bakalářské práce:

5. února 2016

Termín odevzdání bakalářské práce:

1. června 2016

Ve Zlíně dne 5. února 2016



doc. Mgr. Milan Adámek, Ph.D.
děkan



Ing. Miroslav Matýsek, Ph.D.
ředitel ústavu

Jméno, příjmení: Adéla Tomšová

Název bakalářské práce: Využití projektového přístupu při založení čajovny

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 příruční knihovně Fakulty aplikované informatiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a jeden výtisk bude uložen u vedoucího práce;
- byla jsem seznámena 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 – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování 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 samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně, dne 24. 5. 2016

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá podnikáním v České republice. Cílem bakalářské práce je vytvoření podnikatelského plánu pro založení čajovny a zhodnocení softwaru pro projektové řízení. Celá práce se skládá ze dvou částí. V první části jsou teoreticky shrnuty potřebné náležitosti podnikatelského plánu a právní formy podnikání. V praktické části je obsaženo samotné zpracování podnikatelského záměru a hodnocení vybraných softwarových nástrojů pro projektové řízení.

Klíčová slova: podnikatelský záměr, podnikání, čajovna, projektové řízení, software

ABSTRACT

This bachelor thesis goal is to describe process of establishing a business in Czech Republic. The main point of this thesis is to create business plan for teashop business establishment. Thesis is divided into two parts. First, theoretical part describes requisities of business plan and legal business forms in Czech Republic. Practical part contains processing particular business plan and research and rating of known project management software systems.

Keywords: business plan, business, tearoom, project management, software

PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych ráda poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce Ing. Michalu Plevovi za cenné rady, věcné připomínky, odborné vedení, vstřícnost a čas, který mi věnoval při konzultacích a při psaní mé bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala také své rodině a přátelům za podporu a trpělivost, kterou mi poskytovali po celou dobu psaní této práce.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ	12
1.1 HISTORIE.....	12
1.2 ÚČEL PROJEKTOVÉHO ŘÍZENÍ	13
2 PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR	14
2.1 ÚČEL PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU	14
2.2 PODMÍNKY PRO ÚSPĚŠNOU IMPLEMENTACI NA TRH	15
2.3 JEDNOTLIVÉ BODY PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU	15
2.3.1 Titulní strana	15
2.3.2 Shrnutí	16
2.3.3 Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy	16
2.3.4 Popis podniku.....	16
2.3.5 Popis podnikatelské příležitosti.....	17
2.3.6 Popis výrobku nebo služby	17
2.3.7 Výběr kvalitních dodavatelů	17
2.3.8 Konkurence a marketing	17
2.3.9 Stanovení cen nabídky	18
2.3.10 Finanční plán	18
2.3.11 Rizika projektu	18
2.3.12 SWOT analýza	19
2.3.13 Logický rámec.....	20
2.3.14 Trojimperativ.....	20
3 PRÁVNÍ A EKONOMICKÉ ASPEKTY NA ZALOŽENÍ PODNIKU	21
3.1 SAMOSTATNĚ PODNIKAJÍCÍ FYZICKÁ OSOBA - ŽIVNOST	21
3.1.1 Ohlašovací živnosti	21
3.1.2 Koncesované živnosti.....	22
3.2 TICHÉ SPOLEČENSTVÍ	22
3.3 SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM (S. R. O.).....	23
3.4 VEŘEJNÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST (V. O. S.)	24
3.5 KOMANDITNÍ SPOLEČNOST (K. S.).....	24
3.6 AKCIOVÁ SPOLEČNOST (A. S.).....	25
3.7 FAKTORY PRO VOLBU PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ.....	26
II PRAKTICKÁ ČÁST	27
4 PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR	28

4.1	TITULNÍ STRANA	28
4.2	SHRNUTÍ.....	28
4.3	PROFESNÍ A OSOBNÍ ÚDAJE O VLASTNÍCÍCH FIRMY	29
4.4	POPIS PODNIKU	30
4.5	POPIS PODNIKATELSKÉ PŘÍLEŽITOSTI	31
4.6	POPIS SLUŽBY	32
4.7	ZAJIŠTĚNÍ DODAVATELŮ	32
4.7.1	Dodavatelé čajů a kávy	32
4.7.2	Dodavatelé džusů	33
4.7.3	Dodavatelé dýmek a příslušenství.....	33
4.7.4	Dodavatelé oříšků, směsí a sušeného ovoce	33
4.8	POSTAVENÍ FIRMY NA TRHU, KONKURENCE, MARKETING	33
4.9	TROJIMPERATIV PODNIKU.....	35
4.10	SWOT ANALÝZA	36
4.11	ČASOVÝ PLÁN S VYUŽITÍM GANTTOVA DIAGRAMU	37
4.12	LOGICKÝ RÁMEC	39
4.13	FINANČNÍ PLÁN	41
4.13.1	Počáteční rozvaha.....	41
4.13.2	Rozpočet.....	42
4.13.3	Plán nákladů	44
4.13.4	Cash flow	45
4.14	RIZIKA PROJEKTU	47
4.15	PŘÍLOHY PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	49
4.15.1	Tvorba modelu čajovny.....	49
5	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	52
6	VYBRANÉ SOFTWAREOVÉ NÁSTROJE.....	68
6.1	RAYNET CRM.....	68
6.1.1	Základní údaje	68
6.1.2	Moje hodnocení.....	69
6.2	MICROSOFT PROJECT 2016.....	70
6.2.1	Základní údaje	70
6.2.2	Moje hodnocení.....	70
6.3	MAVENLINK	72
6.3.1	Základní údaje	72
6.3.2	Moje hodnocení.....	72
7	NÁVRHY NA ZMĚNY V JEDNOTLIVÝCH SOFTWARECH.....	74
7.1	RAYNET CRM.....	74
7.2	MICROSOFT PROJECT	75
7.3	MAVENLINK	76
	ZÁVĚR	77
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	78
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	80
	SEZNAM OBRÁZKŮ	81

SEZNAM GRAFŮ	82
SEZNAM TABULEK.....	83

ÚVOD

Jedním z důvodů, proč jsem si jako téma pro bakalářskou práci vybrala využití projektového přístupu při založení čajovny, byl ten, že právě o založení tohoto druhu podniku už nějakou dobu přemýšlím. Dalším důvodem je také fakt, že se v našem městě žádná jiná čajovna nenachází a podle mého názoru tu právě toto zařízení chybí.

Myslím, že právě tato práce by mi mohla pomoci získat přehled a nové vědomosti z této problematiky, které poté mohu do budoucna využít v praxi při založení vlastního drobného podniku.

Cílem mojí bakalářské práce je tedy příprava podnikatelského plánu na založení čajovny, která bude poskytovat nejen příjemné posezení ale i kulturní akce a kurzy. Dále se bude zabývat průzkumem a srovnáváním dostupného softwaru pro projektové řízení a výběrem softwaru, který by mohl být pro tento podnik vhodný.

Celá bakalářská práce je rozdělena do dvou částí. Teoretická část popisuje teoretické poznatky z oblasti podnikatelského plánu a poté bude tato část využita také jako muštr pro psaní samotné praktické části bakalářské práce. Dále obsahuje výčet právních a ekonomických aspektů na založení podniku.

V praktické části se budu zabývat zpracováním konkrétního podnikatelského plánu na založení drobného podniku. Teoretické poznatky z teoretické části využiji pro zpracování jednotlivých částí podnikatelského plánu na založení čajovny ve Vsetíně. Také se budu zabývat funkcemi vybraných softwarů pro projektové řízení.

Další součástí praktické části mé bakalářské práce bude shrnutí a vyhodnocení dotazníkového šetření, které sloužilo jako průzkum trhu ve Vsetíně, a mělo za úkol zjistit, zda by byl o podnik tohoto druhu v daném městě zájem a co by potenciální zákazníci nejvíce ocenili v nabídce i v zařízení prostor.

Celý podnikatelský plán musí být považován za živý dokument, který je možné měnit jak při samotném zakládání podniku tak později v již zavedeném podnikání. Změny mohou být způsobeny například rozšiřováním podniku. Podnikatelský plán je nutné udržovat v aktualizovaném stavu a všechny změny do něj pečlivě zaznamenávat aby nemohla nastat situace, že by se z něj stal zastaralý dokument.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ

Pojem projektové řízení je dnes hojně používané slovní spojení, avšak jeho definice je velmi rozsáhlá a rozdílně interpretovaná. Hlavní podstatou projektového řízení je hledání metod a postupů ke snadnějšímu a efektivnějšímu dosažení požadovaných cílů. Správně zvolená taktika postupu má pak význam v ušetření nákladů, lidských zdrojů i času.

Základní posloupnost projektu:

- předběžná studie, zda je možné projekt uskutečnit,
- studie proveditelnosti,
- vypracování optimální verze,
- uzavření potřebných smluv,
- samotná realizace projektu,
- uvedení projektu do provozu,
- předání a provoz, případně likvidace. [1]

1.1 Historie

Za kořeny projektového řízení se označuje již stavba pyramid ve starém Egyptě. Už tehdy museli přemýšlet jak stavět a postupovat co nejefektivněji a plynule - bylo nutné koordinovat obrovské množství lidí a prací.

Za první „moderní“ projekty byly považovány projekty, které využívaly Ganttova diagramu, který vznikl na počátku 20. století. Tyto diagramy jsou používány dodnes díky jejich přehlednosti a snadné pochopitelnosti.

V 50. a 60. letech, doba kosmických a vojenských projektů, došlo k rozmachu metody PERT a CPM, začaly se používat síťové diagramy a byly položeny základy prvních software pro projektové řízení. Po tomto kroku se začínají rozvíjet pozice projektových manažerů, jež mají na starost chod celého projektu a rozdělují jednotlivé úkoly. Touto dobou se projektové řízení začíná nazývat profesí a taky vznikla organizace IPMA a PMI pro Ameriku.

90. léta 20. století přináší nový přístup. Řízení projektů je považováno za efektivní systém. Od teď byly firmy schopny reagovat na změny a celkově na situace na trzích daleko pružněji a začalo se využívat i moderních technologií například internetu.

Dnes mají IPMA i PMI pobočky po celém světě a pravidelně přináší novinky z oblasti projektového řízení formou časopisů nebo seminářů. V České republice je to SPŘ která je členem IPMA. [2][3]

1.2 Účel projektového řízení

Hlavní účel projektového řízení je zajištění plynulého a efektivního řízení procesu tak, aby byl dokončen s požadovaným užitekem a cílem. Cílem je realizace úspěšného projektu. Úspěšný projekt je takový projekt, který je splněn s plánovanými náklady, v požadovaném čase, v žádané kvalitě a s prostředky, které jsou k dispozici.

Projektové řízení využívá tyto principy

- Integrace.
- Systémový přístup.
- Systematický postup.
- Procesní charakter.
- Týmová práce.
- Limitované prostředky.
- Využití počítačové kontroly. [1]

2 PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

Jako první je potřeba si uvědomit, co to vlastně podnikatelský záměr je, k čemu slouží, jak jej sestavit a co by měl obsahovat. Podnikatelský záměr je základní stavební kámen celého projektu, který se zabývá založením firmy nebo podniku. Při jeho sestavení je třeba si uvědomit, jakým směrem se bude firma orientovat, čím se bude zabývat, jaký má rozpočet, jaké má možnosti a mnoho dalšího, čemuž se budu věnovat v následujících podkapitolách.

2.1 Účel podnikatelského záměru

Podnikatelský záměr je strategický plán celého podnikání, který přesně definuje, v jaké fázi se podnik nebo jeho myšlenka vyskytuje a jak bude probíhat do budoucna. Slouží jako pomyslná šablona, která přehledně provází procesem vzniku podniku. Pokud je celý záměr pečlivě propracovaný a poutavý, slouží také k získání investorů, kteří jsou pro vznik stabilního podniku důležití. Může také sloužit pro potřeby banky nebo partnerů. [4][5]

V reálném životě využíváme „podnikatelských záměrů“ v podstatě automaticky. Stačí například plán výletu. Je potřeba naplánovat kam pojedeme, jak a s kým pojedeme, kdy vyrazíme, co budeme potřebovat s sebou, jak se budeme stravovat, případně kde budeme spát a mnoho dalších aspektů s tím spojených. I toto lze nazvat malým plánem, který je založený právě na principu podnikatelského záměru.

Mít promyšlený plán se vyplatí, protože celý průběh projektu je pak hladší, když se stane nějaká chyba, nebo nastane nečekaný problém, snáz se na něj přijde a jsme schopni pružněji reagovat a vymyslet nápravu.

Podnikatelský plán pomáhá v utřídění myšlenek, vytyčení si hlavních cílů podnikání, zjištění finanční výhodnosti projektu. Při jeho sestavování je možné objevit krizová místa projektu. Pomocí finanční části plánu můžeme zhodnotit realizovatelnost, konkurenceschopnost či finanční výhodnost podniku. Dále je důležitý pro potenciální partnery – investory, společníky. Dává jim možnost nahlédnout do záměrů podniku, mohou se rozhodnout, zda se s těmito plány ztotožní a přistoupí na partnerství, nebo mohou navrhnout své změny plánu. Je podstatnou součástí také pro banku při žádosti o úvěr – banku bude zajímat, jaká je podnikatelská historie žadatele, a jaké plány do

budoucná s podnikem má. Kvalitně propracovaný podnikatelský záměr ukáže bance, že žadatel má jasnou představu o svém záměru a již provedl potřebné finanční kalkulace.[6]

2.2 Podmínky pro úspěšnou implementaci na trh

Aby byl podnikatel schopný začít úspěšně podnikat, musí si plně uvědomovat následující body, a musí se jimi řídit. Jsou to zejména tyto faktory:

- schopnost reagovat na změny,
- stabilní a schopné vedení,
- finance pod kontrolou,
- hodnota, kterou firma má,
- trendy na trhu,
- promyšlený podnikatelský návrh,
- motivace zaměstnanců,
- orientace na zákazníky. [7]

2.3 Jednotlivé body podnikatelského záměru

Každý projekt musí mít svou přesně danou a předem promyšlenou strukturu, podle které se bude po celou dobu postupovat. Je zapotřebí si uvědomit, pro koho je podnikatelský záměr připravován a k čemu bude sloužit. Ve většině případů se podnikatelský záměr sestavuje pro potřeby získání finančních zdrojů. Je to dokument, který má banku či investora oslovit a zaujmout natolik, že žadateli finance poskytne. Je proto nutné držet se zásadních pravidel jako je:

- srozumitelnost,
- stručnost,
- logika,
- pravdivost,
- čísla. [8]

2.3.1 Titulní strana

Titulní strana musí obsahovat informace o jménu společnosti, sídle společnosti, všech osobách, které se ve společnosti vyskytují včetně potřebných kontaktů. Je to shrnutí všech základních informací v přehledné formě. [9]

2.3.2 Shrnutí

Shrnutí by se dalo nazvat nejdůležitější částí celého podnikatelského plánu. U této části se potenciální investor rozhoduje, jestli pro něj má smysl přečíst plán celý. Je potřeba stručně, výstižně a jasně shrnout celý podnikatelský plán. Mělo by zde být uvedeno o jakou službu nebo produkt se jedná a komu je určen, dále faktory úspěchu – proč si myslíme, že právě tato firma bude úspěšná a zákazníky vyhledávaná a jako poslední také podnikové cíle – výhledy do budoucna, jaké jsou plány s firmou, kde se předpokládá, že bude za určité období například za rok, ale i dál. Obvykle se tato část vypracovává až jako poslední část celého podnikatelského plánu. [9]

2.3.3 Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy

V tomto bodě je velmi důležité představit všechny osoby, které k projektu nějakým způsobem patří. Banky a investoři se dívají a posuzují podnikatelský plán podle osob, které stojí v čele projektů. Je tedy nutné podat veškeré informace o zkušenostech, které tyto osoby v tomto oboru mají. [9]

2.3.4 Popis podniku

Dalším bodem je stručné seznámení s podnikem. Je potřeba stanovit, jak bude rozloženo vedení firmy a jak budou rozděleny pravomoci. Právní forma se vybírá na základě počtu společníků, počtu zaměstnaných osob nebo oblasti podnikání. O této volbě je vhodné se poradit s experty na daně nebo s právníky - s někým, kdo této problematice opravdu rozumí, kdo popřípadě vysvětlí výhody a nevýhody u každého typu podnikání a předloží pohled na tyto formy z odborných hledisek.

Důležitým faktorem bude také samotné umístění podniku. Podnik musí být umístěn strategicky tam, kde je lidem na očích, ale je strategicky umístěn od případné konkurence. V případě, že v dané lokalitě žádný podobný konkurenční podnik není, je důležité, aby se veřejnost dozvěděla, že se zde podnik tohoto typu právě otevírá.

Při hledání vhodných prostor se musí brát ohledy na to, jak vysoký bude měsíční nájem a také na to, kolik bude potřeba investovat do vybavení a případné rekonstrukce nutné k provozu podniku. Do podnikatelského záměru je nutné uvést adresu provozovny, důvody, proč byla vybrána právě tato lokalita a její stručný popis. [10]

2.3.5 Popis podnikatelské příležitosti

V tomto kroku by mělo být popsáno, jaký výrobek nebo službu bude podnik poskytovat, v čem by měl být zajímavý pro budoucí zákazníky, jak se bude odlišovat od konkurenčních podniků a čím by měl být zajímavý také pro oslovené investory. [9]

2.3.6 Popis výrobku nebo služby

Dále přichází na řadu popis poskytované služby nebo produkovaných výrobků. U služeb se musí popsat, co bude k jejímu provozování potřeba, kde se bude poskytovat a opět se musí co nejpřesněji definovat, jaká je právě v tomto podniku výhoda oproti konkurenci. Musí se také popsat, jak se bude opatřovat zboží pro provoz služby a jednotliví dodavatelé. U výrobků je třeba podrobně uvést vlastnosti, jak náročná bude výroba, technické parametry výrobků a také materiály, z jakých bude výrobek vyráběn.

Při zavádění na trh je velmi důležité nabídnout potencionálním zákazníkům něco, co u konkurence nenajdou. Proto je na místě uskutečnit průzkum a zjistit, co by zákazníci opravdu ocenili a co by je přilákalo právě k těmto službám nebo výrobkům. Průzkumy mohou být různé – například dotazníkové šetření na internetu nebo osobní dotazování lidí na ulici. [9]

2.3.7 Výběr kvalitních dodavatelů

Při vybírání dodavatelů je potřeba být velmi obezřetný. Je vhodné oslovit dodavatelů více a poté pozorně porovnat jednotlivé nabídky a podmínky. Pro každý artikl může být jiný dodavatel, ale také může být nasmlouváno více dodavatelů pro případ výpadku dodávek od dodavatele hlavního. Je vhodné myslet i na tyto případy.

2.3.8 Konkurence a marketing

Dalším krokem, se kterým může významně pomoci například dotazníkové šetření, je mapování konkurence. Je potřeba zjistit co konkurence nabízí, jaké má výhody a nevýhody proti právě zakládanému podniku, na co láká nejvíce zákazníků ale také jaké má ceny. Důležité je také místo, kde konkurence sídlí. Prostory pro zakládaný podnik je nutné volit tak, aby bylo strategicky umístěno vzhledem ke konkurenčním podnikům.

A také se nesmí zapomenout na propagaci podniku. Je to pro začínající podnik velmi důležitým krokem, protože na dobře zvolené formě propagace závisí jeho vývoj a pozice na trhu. Je potřeba si ujasnit, jaké marketingové tahy zvolí, kolik chce do reklamy

investovat, na koho se zaměřuje a také se musí brát ohled na marketing konkurence. Propagace nové firmy musí mít nápad a být pokud možno originální aby zákaznicky zaujala a přilákala. Marketingový plán se mezi investory rovněž často považuje za velmi důležitou součást podnikatelského plánu. [11]

2.3.9 Stanovení cen nabídky

Ceny nabízených produktů a jejich správné nastavení jsou jedny z klíčových faktorů úspěšného startu. Správná cena se stanoví sečtením nákladů na zaměstnance, na provoz prostor a samozřejmě z cen, za které dodavatelé dodávají produkty. Poté se stanoví minimální a průměrná marže tak, aby byl projekt ziskový. Je nutné rozhodnout, zda budou zvoleny nižší ceny, než nabízí konkurence, nebo ceny vyšší ale pak je důležité přesvědčit zákazníka pádnými argumenty o vyšší kvalitě naší nabídky a tím obhájit vyšší cenu. [12]

2.3.10 Finanční plán

Finanční plán se skládá ze dvou částí: zakladatelský rozpočet a provozní rozpočet. V zakladatelském rozpočtu jsou shrnuty údaje, které jsou zapotřebí ke startu projektu a také výdaje, příjmy, náklady a výnosy v prvním roce podnikání.

Provozní rozpočet se stanovuje na počátku každého účtovacího období s ohledem na uplynulé období a také se mohou přidat plánované změny. [12]

2.3.11 Rizika projektu

Velmi důležitým bodem je stanovení rizik projektu. Každý nový projekt v sobě určitá rizika skrývá, a čím více do detailu, přehledně a kvalitně bude sestaven podnikatelský plán, tím více lze rizika eliminovat. Základem jsou otázky, typu jaká je pravděpodobnost, že se něco pokazí, jaká bude případná ztráta, jak se dá rizikům vyhnout, jak se bude postupovat, pokud riziko nastane, do jaké míry riziko ovlivní celkový chod podniku a podobné.

Hodnocení rizik

Obecně platí, že čím důkladněji jsou analýzy hodnocení rizik provedeny, tím menší je předpoklad, že se riziko opravdu dostaví. I když se rizikům nelze úplně vyvarovat, je možno být s nimi alespoň seznámen a schopen na případný problém reagovat.

Existují čtyři ústřední kroky řízení rizik:

- **Identifikace rizikových faktorů:** je nutné do detailu promyslet, jaké jsou důvody, aby se projekt začal ubírat nechtěným směrem. Možnosti, o kterých je potřeba přemýšlet mohou být například změna na trhu, změna na straně zdrojů zásob, cash flow a další.
- **Kvantifikace rizik:** za využití vhodných technik, je možné provést číselné vyjádření rizika – odhad pravděpodobnosti, že určité riziko nastane a případně odvodit možné důsledky.
- **Plánování krizových scénářů:** příprava plánů, strategií a postupů, které budou nasazeny v případě, že se bude zvyšovat pravděpodobnost rizikového stavu. Součástí tohoto bodu by měla být také alespoň jednoduchá finanční analýza. Součástí bývá také tzv. **what-if analýza**, u které se vychází z odhadu „*pokud by stalo, že...*“, pak musí být připravena strategie typu „*pak by to znamenalo...*“. Takto bývá stanovena množina možných rizikových scénářů a jejich řešení.
- **Monitoring potenciálních rizik:** značí průběžné sledování a kontrolu faktorů, které rizika předvídají. Jedná se tedy o analýzu očekávaných ale i neočekávaných vlivů převážně ze zevního prostředí. [12]

2.3.12 SWOT analýza

Mezi nejpoužívanější analýzy patří SWOT analýza. SWOT analýza je složena ze čtyř oddílů, ve kterých jsou zaznamenány silné a slabé stránky zkoumaného projektu, a dále příležitostí a hrozeb, kterým by mohl být projekt vystaven. Je zde zobrazeno vše podstatné na jednom místě.

V následující tabulce lze vidět rozložení SWOT analýzy. Je rozdělena na interní a externí faktory a kladné a záporné vlivy na celý projekt.

Silné a slabé stránky jsou faktory **interními** a tudíž je může sám podnikatel ovlivnit a má nad nimi určitou kontrolu. Patří zde například chování personálu, kvalita výrobků, dobrý nebo špatný přístup vedení atd.

Příležitosti a hrozby jsou faktory **externími**. Jsou to vlivy, které přichází z okolí projektu a podnikatel je nijak neovlivní. Může se jim pouze přizpůsobit. Do této oblasti patří konkurence, situace na trhu, legislativní podmínky atd. [12]

Tabulka 1 – SWOT analýza (vlastní tvorba)

	+	-
Interní	<p>S Silné stránky (Strengths)</p>	<p>W Slabé stránky (Weakness)</p>
Externí	<p>O Příležitosti (Opportunities)</p>	<p>T Hrozby (Threats)</p>

2.3.13 Logický rámec

Jedná se o dokument, který dokáže snadno a přehledně představit celý projekt a jeho základní body (cíl projektu, výstupy projektu, klíčové aktivity, předpoklady i rizika). Vše je stručně a jednoduše sepsáno v jedné tabulce, která je srozumitelná pro každého, kdo potřebuje s projektem pracovat. Další výhodou je, že je využitelný ve všech fázích projektu. [13]

2.3.14 Trojimperativ

Zobrazuje graficky vyjádřené otázky „CO?“, „KDY?“ a „ZA KOLIK?“. Vždy je důležité, aby byly všechny tři vrcholy udržovány v rozumném poměru a aby byly výsledky projektu vyvážené. Toto je ne vždy zcela snadné a je to otázkou zkušeností a správných odhadů dalšího vývoje.[13]

3 PRÁVNÍ A EKONOMICKÉ ASPEKTY NA ZALOŽENÍ PODNIKU

U každého podniku je velmi důležitým krokem zvolení správné právní formy podnikání. Pro každý typ podniku je vhodná jiná forma. Podstatné je ujasnit si, jestli zakladatel bude výlučným vlastníkem firmy, nebo chce společníky. Pokud bude při založení podniku více společníků, musí se stanovit výše jednotlivých vkladů, pozice a ručení každého ze společníků. Výhodou je také to, že je později možný převod společnosti na jinou právní formu podnikání např. v případě, že je majitel živnostník a firma se rozroste a bude chtít založit další pobočky, bylo by vhodné přejít například na společnost s ručením omezeným. V následujících podkapitolách shrnu obsah vybraných forem podnikání a jejich výhody a nevýhody. [11]

3.1 Samostatně podnikající fyzická osoba - živnost

Živnost se definuje jako pravidelná výdělečná činnost, provozovaná na vlastní odpovědnost a riziko, samostatně a vlastním jménem za účelem zisku. Základem pro tuto formu podnikání je získání živnostenského listu nebo koncesní listiny. Není nutný žádný vstupní kapitál, podnik je psán výhradně na jednoho vlastníka a jeho název musí obsahovat vlastníkovu jméno a příjmení. Z toho vyplývá, že živnostník vždy vystupuje pod svým jménem a ručí celým svým majetkem. Živnost může založit fyzická osoba starší 18 let, která musí splňovat také další podmínky stanovené zákonem č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Živnostenský úřad vede také živnostenský rejstřík, který je veřejně dostupný a je v něm uveden každý živnostník.

Podle znění živnostenského zákona se živnosti dělí na dvě skupiny – živnosti ohlašovací a živnosti koncesované.

3.1.1 Ohlašovací živnosti

Pokud živnostník splní stanovené podmínky, může provozovat ohlašovací živnost pouze na základě ohlášení.

Patří sem živnosti: řemeslné – živnostník musí mít odbornou způsobilost v oboru s praxí.

vázané – odborná způsobilost je pro každou činnost stanovena zvlášť, k provozování těchto živností musí mít živnostník průkaz způsobilosti.

volné – není stanovena žádná odborná způsobilost.

3.1.2 Koncesované živnosti

Koncesované živnosti může živnostník vykonávat pouze na základě povolení tzv. koncese, kterou uděluje živnostenský úřad. Aby mohl živnostenský úřad koncesi udělit, musí mít žadatel požadované vzdělání, absolvované kurzy nebo školení a podobně.

Výhody

- Není stanoven minimální vklad do podnikání.
- Minimální formálně právní povinnosti při zakládání firmy.
- Rychlé řešení případných změn.
- Snadné ukončení nebo přerušování činnosti.

Nevýhody

- Živnostník ručí celým svým majetkem.
- Vysoké požadavky na odbornost.
- Problém se získáním půjčky. [14]

3.2 Tiché společenství

Smlouvou o tiché společenství se tzv. tichý společník zavazuje, že podnikateli poskytne vklad v určité výši a podílí se tím na podnikání. Vzniká závazek pro podnikatele vyplácet tichému společníkovi podíl z čistého zisku. Stejně tak musí být dohodnuta účast tichého společníka na ztrátě. Je nutné, aby smlouva byla písemná, ale nevzniká na jejím základě právní subjekt.

Výhody

- Počet tichých společníků není omezen.
- Tichý společník se nezapisuje do obchodního rejstříku.

Nevýhody

- Tichý společník se nemůže podílet na řízení firmy.
- Pokud dojde ke zveřejnění jména společníka, ručí za závazky podnikatele v plné výši. [14][15]

3.3 Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)

Je to kapitálová společnost. Její základní kapitál tvoří jednotlivé vklady společníků a společnost odpovídá za porušení závazků celým svým majetkem. Může být založena jedním až padesáti zakladateli. Základní kapitál musí, poměrně nově, činit pouze 1 Kč. Obecně se však doporučuje vložit jako základní kapitál vyšší a zároveň snadno dělitelnou sumu, ideálně stanovenou podle skutečné potřeby firmy. Společnost musí vytvářet rezervní fond. Název firmy musí nést označení např. s. r. o. Valná hromada je nejvyšším orgánem společnosti a statutárním orgánem může být jeden nebo i více jednatelů. Společnost s ručením omezeným musí vést podvojný účetnictví a je samostatným daňovým subjektem, proto musí odvádět daň z příjmů právnických osob. Dále jsou zdaňovány podíly na zisku a příjmy všech společníků jsou daněny daní z příjmu fyzických osob. [16]

Při zakládání této společnosti se sepisuje notářsky ověřená společenská smlouva a musí obsahovat minimálně tyto náležitosti:

- jméno a sídlo firmy,
- určení společníků,
- předmět podnikání,
- výše základního kapitálu,
- výše vkladů jednotlivých společníků i se způsobem a lhůtou splácení,
- údaje o jednatelích (jména a bydliště),
- způsob, jakým jednají jménem společnosti,
- údaje o členech dozorčí rady,
- stanovení správce vkladu.

Výhody

- Omezené ručení společníků.
- Je možné zvolit dozorčí radu.
- Platí zákaz konkurence pro jednatele a pro společníky se sjednává společenskou smlouvou.

Nevýhody

- Zisk podniku podléhá daní z příjmů právnických osob a podíly na zisku se dále daní srážkovou daní. [14]

3.4 Veřejná obchodní společnost (v. o. s.)

Veřejná obchodní společnost je tvořena dvěma nebo více společníky, kteří za závazky společnosti ručí celým svým majetkem. Na jednotlivých povinnostech a vkladech se společníci domlouvají ve společenské smlouvě. Vedení společnosti je rovnoměrně rozloženo mezi všechny společníky, pokud nebyla společenská smlouva sepsána jinak. Název společnosti musí obsahovat zkratku v. o. s. a po společnosti s ručením omezeným je druhou nejpoužívanější formou podnikání.

Výhody

- Nemusí být počáteční kapitál.
- Zisk společnosti je rozdělen mezi všechny společníky a je zatížen pouze daní z příjmů fyzických osob.

Nevýhody

- Ručení společníků celým majetkem.
- Pro společníky platí zákaz konkurence. [14]

3.5 Komanditní společnost (k. s.)

Tento druh právní formy podnikání je prolnutím prvků z veřejné obchodní společnosti a společnosti s ručením omezeným. Společníci se nazývají komanditisté a komplementáři, kdy komanditisté ručí za závazky ve výši svého nesplaceného vkladu a komplementáři ručí celým svým majetkem. Vklad komanditistů je určen společenskou smlouvou, musí však být minimálně 5 tisíc Korun. Komplementáři do společnosti nemusí vkládat kapitál žádný. Název podniku musí nést označení k. s.

Výhody

- Nízký počáteční vklad.
- Komanditisté nepodléhají zakazu konkurence.

Nevýhody

- Je potřeba sepsat společenskou smlouvu.
- Komplementáři ručí celým svým majetkem. [14]

3.6 Akciová společnost (a. s.)

Akciová společnost se zakládá velmi složitě. Pokud se nejedná o právnickou osobu (zakládá podnik zakladatelskou listinou), musí zakládat minimálně dva zakladatelé, kteří uzavírají zakladatelskou smlouvu. Základní kapitál nevkládají společníci, ale je rozdělen do akcií se jmenovitou hodnotou. Za porušení závazků odpovídá společnost a akcionáři za závazky společnosti neručí. Nejvyšším orgánem je valná hromada, statutárním orgánem je pak představenstvo, které řídí činnost celé společnosti a jedná pod jejím jménem. Na představenstvo a činnost společnosti dohlíží dozorčí rada. Kapitál u společnosti s veřejnou nabídkou akcií musí být minimálně 20 miliónů Korun, u společnosti bez veřejné nabídky je výše kapitálu stanovena na minimálně 2 milióny Korun.

Zakladatelská smlouva i zakladatelská listina musí obsahovat tyto údaje:

- jméno firmy, předmět podnikání a sídlo,
- výše navrhovaného základního kapitálu,
- počet akcií a jejich jmenovitou hodnotu,
- počet akcií, který zakladatel upisuje, za jaký emisní kurz, způsob a lhůtu pro splacení emisního kurzu,
- případně určení nepeněžitěho vkladu za emisní kurz,
- přibližnou výši nákladů na založení společnosti,
- určení správce vkladů,
- návrh stanov.

Výhody

- Akcionáři neručí za závazky společnosti.
- Snadný přístup ke kapitálu.
- Z dividendů se neodvádí pojistné sociální pojištění.
- Solidnost a stabilita společnosti.

Nevýhody

- Vysoký základní vklad.
- Složitá právní úprava.
- Musí zakládat více osob.
- Povinné sestavování výroční zprávy. [14]

3.7 Faktory pro volbu právní formy podnikání

Správnou právní formu podnikání volíme podle následujících bodů:

- počet osob, které firmu zakládají,
- velikost základního kapitálu,
- velikost rizika hrozícího podnikem,
- ručení při úpadku firmy,
- náklady na založení a udržování právní formy podnikání. [14]

Pro můj podnikatelský plán vybírám z možnosti založení živnosti nebo společnosti s ručením omezeným. Pro lepší přehled a snazší výběr jsem si sestavila následující tabulku.

Tabulka 2 – Rozdíly mezi Živností a S. R. O.

	Fyzická osoba - OSVČ	Právní osoba – S.R.O.
Jméno firmy	- OSVČ musí podnikat pod svým jménem a příjmením.	- S. R. O. může mít libovolný název.
Ručení a zodpovědnost	- OSVČ ručí za závazky celým svým majetkem.	- Ručení společníků pouze do výše nesplaceného vkladu. - S. R. O. zodpovídá za závazky veškerým majetkem společnosti.
Trvání podniku	- Existence podniku zaniká odchodem do důchodu nebo smrtí osoby, na kterou je podnikání napsáno.	- Podnik je možné předávat dalším osobám a budovat tak historii společnosti.
Daně a účetnictví	- OSVČ musí platit daň z příjmu i sociální a zdravotní pojištění. - Může platit paušálně.	- Platí 19% daň z příjmů. - Platí 15% srážkovou daň ze zisku.
Personální zajištění	- OSVČ je vždy společnost patřící výhradně jednomu člověku.	- Do společnosti může vstoupit další společník s novým finančním vkladem.
Vedení společnosti	- Nelze převést vedení společnosti na jinou osobu.	- Vedení společnosti lze převést na jinou osobu.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

4.1 Titulní strana

Název podniku: Krůček ke štěstí s.r.o.

Sídlo podniku: Palackého 163, Vsetín 755 01

Společníci: **Adéla Tomšová**

Tel.: +420 604 177 355

E-mail: tomsova.adela@seznam.cz

Jana Tomšová

Tel.: +420 722 928 844

E-mail: jana.tomsova@seznam.cz

Forma podnikání: Společnost s ručením omezeným

Vklad do s.r.o.: 600 000 Kč

Datum založení: 1. 1. 2017

Logo firmy:



Obrázek 1 – Logo čajovny (vlastní tvorba)

4.2 Shrnutí

Podnikatelský záměr

Směr podnikání se bude zaměřovat na odpočinek a relaxaci, kterou v dnešní uspěchané době potřebuje snad každý. Založení čajovny je ve Vsetíně poměrně strategickým krokem, jelikož se zde nenachází žádný podobný podnik, který by právě tento druh odpočinku obyvatelům poskytoval. Do cílové skupiny zákazníků tedy bude spadat každý, kdo si chce odpočinout nebo jen tak popovídat u šálku kvalitního čaje, nebo třeba

vodní dýmky. Naše čajovna bude skýtat nejen možnost vychutnat si kvalitní kávu nebo čaj přímo v čajovně, ale také prodej sypaných čajů a čajových směsí a také čerstvě pražené kávy. Mimo tento druh relaxace budeme také pořádat doprovodné programy jako například výstavy nebo přednášky.

Předpokládané faktory úspěchu

Kouření vodních dýmek je dnes velmi populární a proto chceme dopřát tuto možnost i nezletilým zákazníkům, kteří prahnou po sladké chuti kouře z vodní dýmky a to zcela legálně. Mimo klasických tabáků, které jsou samozřejmě legální až od 18 let, nabízíme také ochucené minerální kamínky, které dávají světu vodních dýmek nové možnosti. V chuti je rozdíl téměř neznatelný, a tak si ji může dopřát i nezletilá část návštěvníků. Mimo tuto výhodu oproti konkurenčním podnikům v okolních městech nabízíme také originální možnosti posezení v houpacích křeslech nebo třeba sedacích pytlích.

Podnikové cíle

Do budoucna plánujeme rozšiřování sortimentu podle požadavků a přání zákazníků a také našich nápadů. Jsme plně otevřeni nápadům z okolí, protože je to dobrá příležitost, jak být zase o krok před případnou konkurencí.

4.3 Profesionální a osobní údaje o vlastnících firmy

Podnik zakládají dva společníci a prozatím také jediní zaměstnanci firmy. Základní financování podniku bude zajištěno rovným dílem obou společníků z vlastních finančních zdrojů.

Jana Tomšová

Datum narození: 27. 10. 1968

Věk: 47 let

Spolehlivá osoba, která má dlouholeté zkušenosti v oblasti administrativy a vedení fakturačních záležitostí. Má kladný vztah k této podnikatelské činnosti a dobře vychází s lidmi. Jejím největším přínosem pro podnik jsou právě znalosti z administrativy a zkušenosti s obchodem.

Adéla Tomšová

Datum narození: 24. 5. 1992

Věk: 24 let

Důvěryhodná osoba, má zkušenosti s propagací a marketingem podniku. Disponuje znalostmi o požadovaném odvětví podnikání. Přínosem pro podnik je tvorba propagačních materiálů, správa webových stránek čajovny.

4.4 Popis podniku

Při začátku podnikání budou v podniku zaměstnány pouze dvě zakládající osoby. Do budoucna se však předpokládá, že bude potřeba zaměstnat další osoby a to ve formě brigády nebo případně částečného úvazku.

Forma podnikání

Jako právní formu podnikání jsme pro náš podnik zvolily společnost s ručením omezeným. Po pečlivém uvážení a konzultaci s daňovou poradkyní jsme rozhodly, že vzhledem k počtu společníků, dostupnému kapitálu a možnostech ručení bude právě tato forma nejvhodnější. Tento podnik nebude plátce DPH, protože předpokládáme, že úhrn výnosů za 12 po sobě jdoucích kalendářních měsíců nepřesáhne 1 milion Kč.

Lokalita a provozovna

Čajovna se nachází v samotném centru města, kde je dostupné jak neplacené tak i placené místo pro parkování, zastávky MHD, či asi 10 minut pěší chůze vzdálené vlakové i autobusové nádraží. Prostory čajovny jsou pronajímány od majitele nebytových prostor. Výhodou je, že právě v těchto prostorách se dříve čajovna již nacházela, takže obyvatelé města nemusí hledat žádné nové sídlo, ale mohou opět zavítat tam, kde byli zvyklí. Také to byl důvod k výběru těchto prostor. Pod čajovnou se nachází poklidná hospůdka.

Otevírací doba

Otevírací dobu jsme volily podle výsledků dotazníkového šetření, ze kterého vyplynulo, že nejvíce zákazníků by čajovnu navštěvovalo v odpoledních a večerních hodinách. Proto jsme tedy zvolily otevírací dobu následovnou. V případě, že zákazníci budou jevit zájem o dřívější otevření, jsme připraveni otevírací dobu upravit.

Tabulka 3 – Otevírací doba (vlastní tvorba)

Den	Hodina
Po - Čt	13:00 – 21:00
Pá	13:00 – 0:00
So	14:00 – 0:00
Ne	15:00 – 19:00

Obsah nabídky

Nabídka bude obsahovat několik sekcí, ze kterých si mohou zákazníci vybrat přesně to, na co budou mít právě chuť. Nabídku budeme dále rozšiřovat a budeme nabízet různé akční příchutě tabáků, druhý káv a čajů.

- **Čaje:** černé, zelené, bílé a kvetoucí, žluté, ovocné, oolong.
- **Nečaje:** rooibos, honeybush, mate.
- **Káva:** dle akční nabídky.
- **Oříšky, směsi a sušené ovoce:** arašidy, kešu, kokosové chipsy, lískové ořechy, para ořechy, sušené meruňky, ananas, banány, japonská směs, studentská směs, a další dle akční nabídky.
- **Džusy:** jablko-zázvor, jablko-mrkev, jablko-rakytník, jablko-malina, jablko-jahoda, jablko-višeň, jablko-lesní ovoce, pomeranč, ananas, mango, jahoda.
- **Vodní dýmky:**
 - *Tabáky:* broskev, banán, malina, pomeranč, dvě jablka, jahoda, kiwi, čokoláda, hrozen, granátové jablko, nektarinka, máta.
 - *Minerální kamínky:* čokoláda, malina, mango, máta, jahoda, lesní směs, banán, vodní meloun.

Vedení účetnictví

Účetnictví je v začátcích podnikání zajišťováno pouze externě. Najímáme místní účetní, která má dlouholetou praxi v této oblasti a byla nám doporučena na základě dobrých zkušeností.

4.5 Popis podnikatelské příležitosti

Založením tohoto podniku bychom chtěly vyplnit chybějící článek v možnostech využití volného času ve Vsetíně. Je zde mnoho možností kam zajít jen tak si popovídat, ale žádná taková jako je čajovna.

Čajovna Krůček ke štěstí návštěvníkům skýtá poklidné posezení a relaxaci v útulném prostředí u šálku kvalitní kávy nebo čaje a třeba i vodní dýmky. Hosté se mohou těšit nejen na příjemné chvílky strávené u popíjení našich nápojů, ale také na výstavy, kurzy či přednášky, které budou v prostorách čajovny příležitostně pořádány. Nabízíme také

možnost zakoupení čajů, káv i tabáků a minerálních kamínků do vodních dýmek. Prostory čajovny jsou originálně vybaveny například sedacími pytli nebo houpacími křesly.

Jednou z největších novinek v této oblasti je zařazení minerálních kamínků do vodních dýmek do naší nabídky, protože jak je známo, tabák škodí zdraví a je zákonem povolený od 18 let. Kouření dýmek s minerálními kamínky je zdraví nezávadné a dostupné také pro zákazníky, kteří ještě 18 let nedosáhli.

4.6 Popis služby

V naší čajovně na Vás uvítá příjemný personál, v různě zařízených boxech si můžete si vybrat právě takové posezení, na jaké máte náladu a při tónech příjemné klidné hudby relaxovat, povídat si s přáteli nebo třeba pracovat. Dále nabízíme také prodej kvalitních sypaných čajů, čajových směsí a také kávy. Návštěvníkům nabízíme příležitostně pořádané kurzy, přednášky, semináře, výstavy a koncerty, při kterých se mohou odreagovat od každodenních starostí a problémů a užít si příjemně strávený čas v útulném prostředí naší čajovny.

4.7 Zajištění dodavatelů

Nezbytnou součástí pro tento druh podniku jsou kvalitní a spolehliví dodavatelé potřebných zásob. Budeme potřebovat dodavatele čajů, kávy, oříšků a směsí, džusů a také tabáků, minerálních kamínků a dalších potřeb pro přípravu vodních dýmek. Dodavatele jsme vybíraly opravdu pečlivě, abychom našim budoucím zákazníkům mohly nabídnout to nejlepší.

4.7.1 Dodavatelé čajů a kávy

Oxalis

Oxalis je specializovaný velkoobchod zabývající se prodejem káv, čajů, čajových setů a veškerého dalšího příslušenství, které k tomuto zaměření patří. Je to dodavatel s dlouholetou tradicí a ověřenou kvalitou. Jeho široká nabídka nám tak poskytne možnost různých limitovaných nabídek čajů i káv a tak můžeme zákazníky vždy překvapit něčím novým.

Segafredo Zanetti

Tento dodavatel je naším hlavním dodavatelem fairtrade kávy a proto mají naši zákazníci jistotu opravdu kvalitní a zdravé kávy, připravované tím nejlepším

způsobem. Fairtrade káva je pěstována malými pěstiteli kávy, a garantuje přísná mezinárodní kritéria spravedlivého obchodu. Pod tímto certifikátem je omezeno používání chemických hnojiv a pesticidů.

Mojekava.cz

Mojekava.cz je našim záložním dodavatelem v případě nečekaného výpadku dvou dodavatelů hlavních.

4.7.2 Dodavatelé džusů

Ovocňák

Dodavatelem džusů bude e-shop ovocnak.cz, který nabízí jablečné mošty v mnoha variacích s dalším ovocem. Suroviny pro výrobu moštů v drtivé většině pochází z Moravy nebo případně od pěstitelů z Čech. Mošty jsou tedy českým produktem.

4.7.3 Dodavatelé dýmek a příslušenství

Svět dýmek

Svetydymek.cz je špičkovým dodavatelem vodních dýmek a kompletního příslušenství, se kterým se lze dohodnout na pravidelném odběru pro potřeby čajovny, při objednavce expedují ihned a zboží je na druhý den dodáno. Nemusíme mít tedy obavy z nedostatku tabáků nebo dýmek.

4.7.4 Dodavatelé oříšků, směsí a sušeného ovoce

Ráj oříšků

Hlavním dodavatelem tohoto sortimentu bude e-shop rajorisku.cz, který nabízí široký výběr druhů oříšků, ořískových, slaných i sladkých směsí, sušeného ovoce, a dle přání mohou namíchat i dárková balení dle našich představ.

4.8 Postavení firmy na trhu, konkurence, marketing

Konkurence

Je potřeba myslet také na konkurenční podniky. Jak jsme již uvedly výše, ve městě, ve kterém hodláme náš podnik provozovat, tedy ve Vsetíně se žádná čajovna nenachází, tedy předpokládáme, že jsme tímto objevily vhodnou příležitost k zaplnění díry na trhu. Je zde sice mnoho restaurací, hospod a případně cukráren, ale žádná specializovaná

kavárna pro prodej kvalitních čajů a kávy. Na vsetínském náměstí je jedna prodejna se sypanými čaji, ale to taky není to pravé, co by obyvatele uspokojilo. Hlavně mezi mladšími se rozmohl trend kouření vodní dýmky, a tu si ve Vsetíně momentálně nemůžete dopřát nikde, pokud ji ovšem nemáte doma. K lepšímu přehledu o konkurenci, jsme si obstaraly mapku, která nám zobrazuje konkurenční čajovny také v okolních městech.



Obrázek 2 – Konkurenční čajovny (vlastní tvorba)

Zlín:

- Čajovna a kavárna Zena
- Dobrá Čajovna
- MOJA čajovna

Fryšták:

- Mobilní čajovna
- Čajovna Múzický klub

Valašské Meziříčí:

- Čajovna U Půlměsíce
- Čajovna U Tří dýmek
- Čajovna Labyrint

Rožnov pod Radhoštěm:

- Čajovna u Slunce

Propagace

Prioritním cílem našeho podniku, je dostat se do povědomí široké veřejnosti a nabídnout jí možnosti, které ostatní podniky tohoto druhu, které se nachází v okolních městech, neposkytují.

Podle výsledků dotazníkového šetření bude naší cílovou skupinou převážně věková kategorie 20–39 let. Proto budeme cílit reklamu na střední a vysoké školy v okolí, do různých firem, obchodů a všude tam, kde lze veřejnost zaujmout.

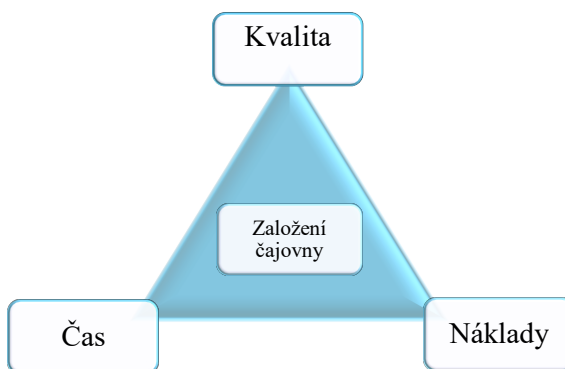
Pro propagaci podniku využijeme vlastní zkušenosti a propagace bude probíhat formou reklamních letáčku, odkazování na webové stránky čajovny a vytváření událostí na Facebooku. Právě do sociálních sítí vkládáme největší důvěru. Tento komunikační kanál je dnes tak rozšířený, že se díky němu o naši čajovně může, poměrně snadno, dozvědět velká část obyvatel nejen našeho města.

4.9 Trojimperativ podniku

U trojimperativu musíme uvažovat tři hlavní ukazatele, jimiž jsou náklady, kvalita a čas. U naší firmy volíme jako hlavní kritérium kvalitu sortimentu. Tudíž předpokládáme, že náklady, které budeme muset investovat do zboží, budou vyšší, ale zákazníci u nás dostanou jen kvalitní nabídku od kvalitních dodavatelů.

Dále budeme poskytovat originální vybavení prostor. Opět se nám zvýší náklady, což je nevýhodou, ale také se zvýší kvalita čajovny, což je naopak výhodou. Čas na tento krok nemá vliv.

Varianta rychlého založení podniku by byla výhodná, co se týká času. Nevýhodou by bylo razantní snížení kvality nabídky. Náklady by v tomto případě neměly vliv.



Obrázek 3 – Trojimperativ podniku (vlastní tvorba)

4.10 SWOT analýza

Následující SWOT analýza nám ukazuje, jaké má náš podnik silné a slabé stránky. Naší hlavní silnou stránkou bychom uvažovaly vysokou kvalitu nabízeného sortimentu, jelikož máme kvalitní dodavatele. Jako hlavní slabou stránku, můžeme uvést to, že jsme na trhu noví a tím pádem bude složitější vybudovat dobré jméno podniku.

Dále nám analýza ukazuje příležitosti a rizika. Velkou příležitostí pro naši čajovnu může být minimum konkurenčních firem v našem městě – nejbližší čajovna se nachází ve 20 km vzdáleném městě. Naopak největší hrozbou jsou vyhlášené čajovny v okolních městech.

Tabulka 4 – SWOT analýza (vlastní tvorba)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Kvalitní sortiment • Dobrá lokalita. • Příjemný personál. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nováčci na trhu. • Slabá propagace. • Prostory v podnájmu.
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Minimální konkurence. • Originální vybavení. • Pořádání akcí. • Rozšiřování sortimentu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vyhlášené čajovny v okolních městech. • Nízký zájem. • Ukončení nájemní smlouvy

4.11 Časový plán s využitím Ganttova diagramu

Při samotném plánování založení podniku je nutné mít dostatečnou časovou rezervu na zařízení všeho podstatného. Při založení s.r.o. je vyžadováno několik kroků, které musíme zařídit. Proto jsme využili metody Ganttova diagramu, kde máme vše názorně zapsáno.

Než začneme, podnikat musíme na úřadech vyřídit tyto náležitosti:

- Čestné prohlášení a podpisové vzory.
- Sepsání společenské smlouvy (podložené obstaraným výpisem z rejstříku trestů, čestným prohlášením o způsobilosti k podnikání a další).
- Zřízení bankovního účtu.
- Převod vkladů společníků na bankovní účet.
- Získání živnostenský listů.
- Návrh na zápis do obchodního rejstříku.
- Zápis firmy do obchodního rejstříku.
- Registrace společnosti na finančním úřadě.
- Uzavření smluv s dodavateli zboží.
- Příprava pronajatých prostor na provoz čajovny.
- Nákup zařízení.

Každý jeden bod je pečlivě uveden v diagramu. Braly jsme v potaz také to, že u notáře a na každém úřadu budeme čekat a bude následovat lhůta na vyřízení. Proto jsou jednotlivá časová období brána s dostatečnou rezervou. V případě zpoždění začátku podnikání sice není podnik nijak závažně ohrožen, avšak zpoždění by se mohlo projevit na ušlých ziscích.

4.12 Logický rámec

Náš logický rámec je shrnutím všech důležitých kroků, které nás čekají během procesu zakládání čajovny, a je zde přehledně zobrazeno také to, co projekt ohrožuje a jaké jsou předpoklady pro úspěch jednotlivých kroků. Hlavními podmínkami je tedy sepsání smlouvy o pronájmu prostor, složení základního kapitálu a sepsání společenské smlouvy a hlavním cílem je založení nové čajovny a samozřejmě zisk.

Tabulka 6 – Logický rámec (vlastní tvorba)

Strom cílů	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření	Předpoklady a rizika
Hlavní cíl: <ul style="list-style-type: none"> • Zisk. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospodářský výsledek. 	<ul style="list-style-type: none"> • Účetnictví. 	
Účel projektu: <ul style="list-style-type: none"> • Dostat se do povědomí zákazníků. • Zahájení provozu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Propagování podniku. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reklama na sociálních sítích. • Reklama v místním tisku. • Propagační letáčky. 	Předpoklady: <ul style="list-style-type: none"> • Zájem o čajovnu. Rizika: <ul style="list-style-type: none"> • Slabá propagace. • Nová konkurence v okolí.
Výstupy projektu: <ol style="list-style-type: none"> 1) Zařízená čajovna. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Zajištění prostorů pro provoz čajovny. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Smlouva o pronájmu prostor. 	Předpoklady: <ul style="list-style-type: none"> • Dohoda obou stran.
Aktivity projektu: <ol style="list-style-type: none"> 1) Zajištění prostor. 2) Výpis z živnostenského rejstříku. 3) Podání návrhu na zápis do obchodního rejstříku. 	Potřebné finance: <ol style="list-style-type: none"> 1) 8 000Kč. 2) 500 Kč. 3) 6 000 Kč. 	Časový rámec aktivit: <ol style="list-style-type: none"> 1) Říjen 2016. 2) Říjen 2016. 3) Listopad 2016. 	Rizika: <ol style="list-style-type: none"> 1) Vypovězení nájemní smlouvy. 3) Vysoké poplatky.

4) Reklama.	4) 1 000 Kč (tisk letáčků), další propagace zdarma na sociálních sítích.	4) Prosinec 2016.	4) Slabé působení reklamy.
5) Registrace na finančním úřadě	5) Zdarma.	5) Říjen – prosinec 2016.	
6) Nákup zařízení.	6) 140 252 Kč.	6) Leden 2017.	6) Nedodání v termínu.
7) Nákup zásob.	7) 160 000 Kč.	7) Leden 2016.	7) Nedodání v termínu.
			<p>Předběžné podmínky:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uzavření nájemní smlouvy. • Složení základního kapitálu. • Sepsání společenské smlouvy.

4.13 Finanční plán

4.13.1 Počáteční rozvaha

Počáteční kapitál tvoří vklady společníků a je financován z vlastních finančních zdrojů. Bude sloužit na vybavení prostor, pořízení počátečního sortimentu a hrazení nákladů na prostory, ve kterých se bude čajovna nacházet. Vklady společníků jsou rozděleny rovným dílem. Základní kapitál je volen 600 000 Kč, jelikož samotné zařízení prostor čajovny a obstarání sortimentu bude poměrně nákladnou položkou.

Tabulka 7 – Počáteční rozvaha (vlastní tvorba)

Rozvaha 1. 1. 2017			
Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek	0 Kč	Vlastní kapitál	600 000 Kč
		Základní kapitál	600 000 Kč
Oběžná aktiva	600 000 Kč	Cizí zdroje	0 Kč
Bankovní účet	590 000 Kč		
Pokladna	10 000Kč		
Celkem	600 000 Kč	Celkem	600 000 Kč

4.13.2 Rozpočet

Následující tabulky přehledně zobrazují, jaké vybavení je a zásoby bude potřeba zakoupit a jaká bude výsledná suma potřebná k těmto krokům.

Tabulka 8 – Vybavení čajovny (vlastní tvorba)

Vybavení čajovny		
Položka	Množství	Cena
Pult	1 ks	6000
Kancel. Židle	1 ks	2000
NTB	1 ks	10 000
Sedací pytle	10 ks	9 990
Závěsná křesla	5 ks	2495
Polštáře	30 ks	2970
Dvousedačky	3 ks	14997
Křesla	3 ks	1800
Pohovka	1 ks	5999
Věšáky	3 ks	1197
Komoda	1 ks	1500
Kuch. Linka	1 ks	6000
Policová stěna	2 ks	5000
Stolky	8 ks	12 000
Elektronika		15 000
Pokladna	1 ks	7 000
Paravany	11 ks	13 000
Dýmky	10 ks	11 000
Čajové sety	8 ks	3 600
Čajové sety	4 ks	2 796
Kávéové sety	5 ks	1 800
Kávéové sety	10 ks	800
Kávéové sety	2 ks	800
Úklidové potřeby		808
Dózy	10 ks	1 700
Celkem		140 252

Tabulka č. 9 znázorňuje výpis potřebné elektroniky, která se bude pořizovat na začátku podnikání. Chybí zde položka kávovar, a to z toho důvodu, že dodavatel kávy nám nabídl zapůjčení svého kvalitního kávovaru značky Segafredo Zanetti zdarma, v případě, podpisu smlouvy o odběru kávy právě od něj. Doba zapůjčení kávovaru je shodná s dobou trvání obchodní spolupráce.

Tabulka 9 – Náklady na elektroniku (vlastní tvorba)

Elektronika	
Lednice	3000
Mikrovlnka	1200
Rychlovarná konvice	1000
Myčka	5000
Rádio a reproduktory	4800
Celkem	15000

Následující tabulka představuje hrubé odhady nákladů na pořízení potřebného zboží. Druhý sloupec obsahuje částky potřebné pro prvotní zazásobení čajovny. Z toho důvodu jsou částky zde uvedené vyšší než částky potřebné na další měsíce, kdy nákupy již budou nižší, protože se bude dokupovat pouze chybějící zboží.

Tabulka 10 – Náklady na zásoby (vlastní tvorba)

Zásoby	1. měsíc	další měsíce
Čaje	55 000	25 000
Káva	35 000	15 000
Tabáky	18 000	7 000
Minerální kamínky	15 000	5 000
Oříšky atd.	20 000	7 500
Džusy	15 000	8 000
Doplňky k dýmčím	2 000	2 000
Celkem	160 000	69 500

4.13.3 Plán nákladů

V následující tabulce je uveden přehled nákladů potřebných při založení čajovny a zahájení jejího provozu. Jsou zde zahrnuty náklady na nájem, energie, mzdy, nákup zařízení a zboží potřebné k provozování činnosti čajovny. V prvním kvartálu je suma vyšší, jelikož bylo třeba nakoupit veškeré vybavení prostor. V dalších kvartálech se počítá s pouhým doplňováním zásob čajů, káv, oříšků, tabáků a minerálních kamínků atd.

Následující tabulka uvádí předpokládané náklady na první tři roky provozu čajovny. Nájem a energie byly vypočítány na základě údajů získaných od majitele dané budovy. Mzdy jsou ustanoveny smluvně na 9 750 Kč/měsíc, za předpokladu odpracované 100% měsíční pracovní doby která činí 133 hodin.

Částka na zařízení čajovny byla vypočítána na základě tabulky č. 8. Na následující dva roky, tedy rok 2018 a 2019, počítáme s rezervou ve výši 50 000 Kč na případnou výměnu poškozeného vybavení.

Pokožka zboží je rozepsána v tabulce č. 10.

Režijními náklady je myšleno vše potřebné k zajištění bezproblémového provozu a spadají sem čisticí prostředky, náhrada za rozbité nádoby a podobně.

Pro následující dva roky se počítá s nárůstem nákladů na zboží a režijní náklady o 10% oproti roku 2017 s 5% nárůstem oproti roku 2018. Předpokládáme, že bude počet zákazníků narůstat, ale po dalším roce fungování už bude tento růst menší a klientela bude ustálenější.

Tabulka 11 – Náklady na provoz (vlastní tvorba)

Náklady	2017				2017	2018	2019
	Q1	Q2	Q3	Q4			
Nájem	16 800	16 800	16 800	16 800	67 200	67 200	67 200
Energie	7 200	7 200	7 200	7 200	28 800	28 800	28 000
Mzdy + SP + ZP	89 724	89 724	89 724	89 724	358 896	358 896	358 896
Zařízení	140 252	0	0	0	140 252	50 000	50 000
Zboží	299 000	208 500	208 500	208 500	924 500	917 400	963 270
Režijní nákl.	12 000	12 000	12 000	12 000	48 000	52 800	55 440
Celkem	564 976	334 224	334 224	334 224	1 567 648	1 475 096	1 522 806

4.13.4 Cash flow

Hodnoty pro výpočet cash flow jsou vzaty z dat získaných v dotazníkovém šetření. Vychází se z údajů o počtu zákazníků v průměru na den. Z důvodu objektivního výhledu do budoucna jsou vypracovány tři varianty hodnot cash flow a to optimistická, realistická a pesimistická.

Dle dat z dotazníkového šetření a odhadů průměrné denní návštěvnosti je u optimistické varianty počítáno se 40 hosty denně a průměrnou objednávkou 200 Kč. Při střední variantě cash flow je zachována průměrná hodnota objednávky a byl snížen počet hostů na 32 osob. U pesimistické varianty je opět zachována hodnota objednávky 200 Kč s tím, že počet zákazníků byl zde snížen na pouhých 20 hostů za den. Veškeré výdaje hradíme ihned a výnosy také ihned inkasujeme. Z tohoto důvodu se rovnají náklady výdajům a výnosy příjmům.

Výpočet příjmů u optimistické varianty tedy vypadá následovně:

$$40 \text{ hostů} * 200 \text{ Kč} * 30 \text{ dnů} * 12 \text{ měsíců} = 2\,880\,000 \text{ Kč}$$

Navýšení příjmů je pro rok 2018 o 10% oproti 2017 a pro 2019 o 5% proti 2018. Viz. výše.

Tabulka 12 – Cash flow – optimistická varianta (vlastní tvorba)

Cash flow – optimistická varianta v Kč	
Počáteční stav k 1. 1. 2017	600 000
Příjmy	2 880 000
Výdaje	-1 567 648
Výsledek hospodaření	1 312 352
Daň z příjmu	249347
Konečný stav k 31. 12. 2017	1 663 005
Počáteční stav k 1. 1. 2018	1 663 005
Příjmy	3 168 000
Výdaje	-1 475 096
Výsledek hospodaření	1 692 904
Daň z příjmu	321652
Konečný stav k 31. 12. 2018	3 034 257
Počáteční stav k 1. 1. 2019	3 034 257
Příjmy	3 326 400
Výdaje	-1 522 806
Výsledek hospodaření	1 803 594
Daň z příjmu	342683
Konečný stav k 31. 12. 2019	4 495 169

Tabulka 13 – Cash flow – střední varianta (vlastní tvorba)

Cash flow – střední varianta v Kč	
Počáteční stav k 1. 1. 2017	600 000
Příjmy	2 304 000
Výdaje	-1 567 648
Výsledek hospodaření	736 352
Daň z příjmu	139907
Konečný stav k 31. 12. 2017	1 196 445
Počáteční stav k 1. 1. 2018	1 196 445
Příjmy	2 534 400
Výdaje	-1 475 096
Výsledek hospodaření	1 059 304
Daň z příjmu	201268
Konečný stav k 31. 12. 2018	2 054 481
Počáteční stav k 1. 1. 2019	2 054 481
Příjmy	2 661 120
Výdaje	-1 522 806
Výsledek hospodaření	1 138 314
Daň z příjmu	216280
Konečný stav k 31. 12. 2019	2 976 516

Tabulka 14 – Cash flow – pesimistická varianta (vlastní tvorba)

Cash flow – pesimistická varianta v Kč	
Počáteční stav k 1. 1. 2017	600 000
Příjmy	1 440 000
Výdaje	-1 567 648
Výsledek hospodaření	-127 648
Daň z příjmu	-24253
Konečný stav k 31. 12. 2017	496 605
Počáteční stav k 1. 1. 2018	496 605
Příjmy	1 584 000
Výdaje	-1 475 096
Výsledek hospodaření	108 904
Daň z příjmu	20692
Konečný stav k 31. 12. 2018	584 817
Počáteční stav k 1. 1. 2019	584 817
Příjmy	1 663 200
Výdaje	-1 522 806
Výsledek hospodaření	140 394
Daň z příjmu	26675
Konečný stav k 31. 12. 2019	698 537

4.14 Rizika projektu

Jako každý podnik i tento má svá rizika. Předpokládáme, že první měsíce fungování budeme vycházet tak akorát a čajovna bude vydělávat na svůj provoz. Předpokládané zvýšení příjmů by bylo reálné zhruba po prvním roce provozování.

Riziko 1: Vysoká pracovní zátěž na zaměstnance

Vzhledem k začínajícímu podniku jsme se rozhodly, že prozatím, kvůli snižování nákladů, bude provoz čajovny pouze v našich kompetencích. Z toho důvodu je možné, že nastane přepracování, nepříjemná nálada, nepříjemné chování k zákazníkům, špatné soustředění a z toho plynoucí chyby z nepozornosti a překlepy.

Řešení:

Pokud finanční situace dovolí, co nejdříve najmeme alespoň jednoho brigádníka, který bude pracovat na dohodu o provedení činnosti a bude vypomáhat s přípravou objednávek a obsluhou zákazníků.

Další možností je také úprava otevírací doby. Bylo by možné upravit ji tak, že se zkrátí o hodiny nebo dny, ve kterých se jeví návštěvnost jako nejmenší.

Riziko 2: Nízký zájem o čajovnu

Největším rizikem je pro nás malý zájem o nový podnik. Tato situace může nastat v případě, že se nám nepovede rozšířit povědomí o tom, že se zde tento podnik otevírá nebo že o tento druh podniku jednoduše nebude zájem.

Řešení:

U prvního případu selhání je řešení poměrně snadné. Bylo by potřeba zesílit propagaci podniku, případně investovat do dražší formy reklamy jako jsou reklamy na LED obrazovkách ve městě nebo třeba v regionálních denících.

Druhý případ selhání by byl na řešení složitější. Musely bychom vymyslet více doprovodných programů, více originálních položek v nabídce a snažit se zaujmou alespoň tak.

Riziko 3: Výpadek ze strany dodavatelů

I kdyby měla čajovna smlouvu s více dodavateli, je možné, že nastane situace, kdy nebude žádný z dodavatelů schopný dodat potřebné množství zboží. Největší problém by nastal zejména s výpadkem dodávky čajů, káv a v závěsu za tímto sortimentem by byly tabáky do vodních dýmek.

Řešení:

Možným řešením by bylo mít nasmlouvány záložní dodavatele pro všechny potřebné druhy zboží, které jsou nutné k plynulému a bezproblémovému chodu čajovny, kteří by v případě nouze dodali potřebný materiál avšak případně na úkor kvality nebo vyšší ceny za dopravu zboží.

Riziko 4: Problémy s majitelem prostorů čajovny

Poměrně častým rizikovým faktorem mohou být také vztahy s majiteli prostorů. V některých případech stačí malý problém a může se z něj vyvinout problém obrovských rozměrů například ve smyslu ukončení nájemní smlouvy.

Řešení:

Nejlepším řešením tohoto rizika je prevence. Předcházet konfliktům, platit závazky včas, informovat majitele o případných problémech s prostorami, udržovat kladné vztahy.

Riziko 5: Příklad konkurence

Dalším rizikem je možný příchod dalšího konkurenčního podniku se stejným zaměřením. Bude mít lepší a širší nabídku, přijde s novým zajímavým nápadem nebo technologií, kterými naše čajovna nedisponuje.

Řešení:

Na tuto skutečnost musíme být schopni pružně reagovat, a proto bychom začaly pořádat více finančně nenáročných akcí pro návštěvníky, zařazovaly bychom limitované nabídky originálních čajů, tabáků a káv.

Riziko 6: Příklad ekonomické krize na trhu

Pro každé podnikání je velkou hrozbou ekonomická krize na trhu. Může nastat prakticky kdykoliv a ohrozit jakýkoliv směr podnikání. Prakticky se na ni nelze nijak konkrétně připravit.

Řešení:

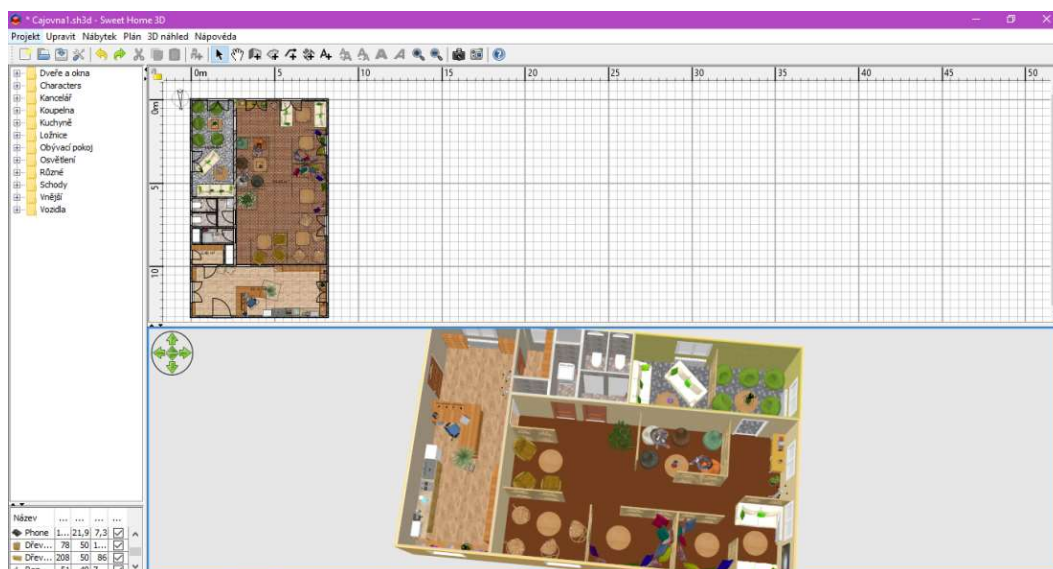
Možným snížením dopadu tohoto druhu rizika je udržení klientely stále kvalitní a pestrou nabídkou sortimentu a příjemným prostředím a personálem.

4.15 Přílohy podnikatelského plánu

4.15.1 Tvorba modelu čajovny

Při sestavování podnikatelského záměru pro založení čajovny bylo vhodné vytvořit také 3D vizualizaci prostor, ve kterých by se čajovna měla nacházet. Jelikož máme zajištěny prostory pro budoucí čajovnu, bylo potřeba prostory zaměřit a na základě tohoto měření pak vytvořit samotnou vizualizaci. Je důležité brát v potaz pohodlí potenciálních zákazníků a tomu přizpůsobit velikost a rozložení jednotlivých boxů.

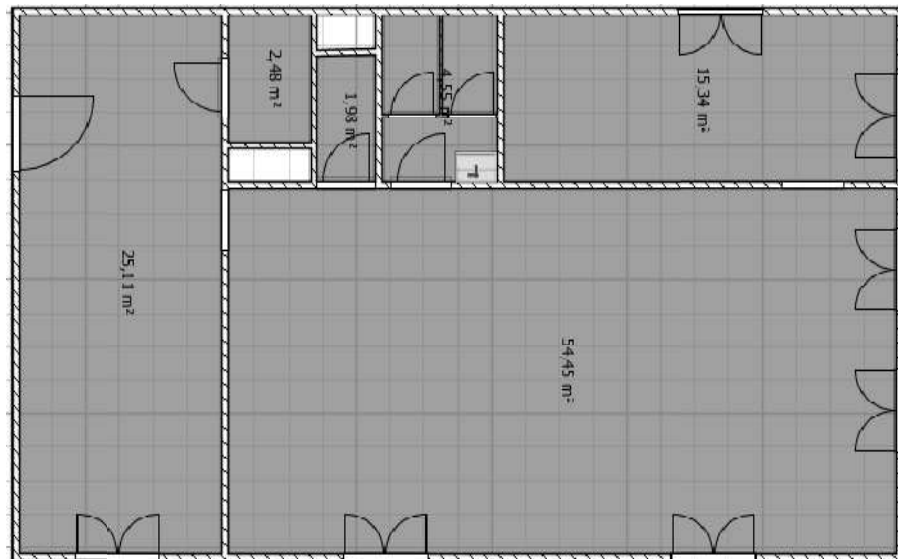
Celý model byl vytvářen v programu Sweet Home 3D, který je volně dostupný a v českém jazyce. Zvolen byl také proto, že je poměrně snadný na ovládání a není náročný ani pro zařízení na kterém běží. Je to program, který poskytuje možnost kompletní 2D i 3D vizualizace bytů, domů i exteriérů. I když je to volně šiřitelný program, poskytuje širokou škálu možností a velké množství modelů, které si uživatelé buď mohou sami vytvořit, koupit nebo stáhnout kdekoliv na internetu. Pro potřebu tohoto modelu čajovny byly využity jak modely, které program již obsahoval, tak i další, volně šiřitelné modely z internetu jako třeba vodní dýmky, sedací pytle, pravany nebo houpací křesla.



Obrázek 4 – Sweet Home 3D pracovní prostředí (vlastní tvorba)

Program pracuje tak, že na jedné půlce kreslicí pracovní plochy se zobrazuje náhled ve 2D, do tohoto náhledu se kreslí stěny, přidávají objekty, přidávají se textury na stěny a podobné, a v druhé půlce se přímo renderuje 3D vizualizace, u které hned vidíme, jak by místnost vypadala v reálu. Ve sloupci nalevo obrazovky je pak nabídka modelů, které máme k dispozici a seznam použitých modelů. Při pomyslném zařizování prostor se objekty přidávají přetažením ze seznamu modelů do 2D pracovní plochy, a po vybrání modelu kliknutím je možné model otočit, zvětšit nebo zmenšit a také nastavit výšku nadzvednutí např. telefon musím umístit na stůl.

Členění prostor čajovny je zobrazeno na následujícím obrázku. Obsahuje 3 velké místnosti o rozlohách cca 25 m², 54,5 m² a 15 m², sociální zařízení a dva malé sklady. Nachází se ve 3. patře budovy, která obsahuje pouze nebytové prostory.



Obrázek 5 – Rozloha prostor čajovny (vlastní tvorba)

Náš kompletně hotový 2D půdorys je zobrazen na obrázku č. 6. V první místnosti se nachází pult obsluhy, přípravná čajů, káv a dýmek, a také prostor pro odložení bot a věšáky pro bundy. Druhá místnost je vybavena boxy, které jsou odděleny paravany, které se dají libovolně posunovat a přemisťovat podle potřeby a jednotlivé boxy mají různé zařízení pro sezení. Zadní místnost je vybavena pouze dvěma boxy se sedacími pytlí a sedačkami. Prostor, kterým čajovna disponuje, obsahuje také vlastní sociální zařízení a 2 malé místnosti, které slouží jako sklad zboží a sklad úklidových potřeb.



Obrázek 6 - Půdorys čajovny (vlastní tvorba)

Na modelu, který je vykreslený v 3D obrazu lze vidět, jak budou prostory čajovny vypadat po zařízení v reálném provedení.



Obrázek 7 – 3D model prostorů čajovny (vlastní tvorba)

5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Pro průzkum trhu jsem zvolila online dotazník, který jsem zveřejnila na webu vyplnto.cz a obsahoval 17 otázek, které se týkaly pouze založení této čajovny nikoliv konkurence, protože ve Vsetíně není žádný jiný podnik, který by se dal s čajovnou srovnat. Mého dotazníkového šetření se zúčastnilo 106 respondentů ze všech věkových kategorií, napříč všemi stupni vzdělání a trval od 17. 2. 2016 do 18. 3. 2016.

Dotazníky mohou obsahovat různé typy otázek, já jsem u mého šetření využila otázky typu seznam, kdy byla možné zadat pouze jednu z odpovědí, dále otázky u kterých bylo nutné vybrat aspoň jednu možnost, nebo případně dopsat svoji vlastní a jako poslední variantou byly otázky, které větvaly dotazník podle předchozí odpovědi tak, aby byl respondent co nejméně časově zatěžován v případě, že zvolil odpověď „ne“.

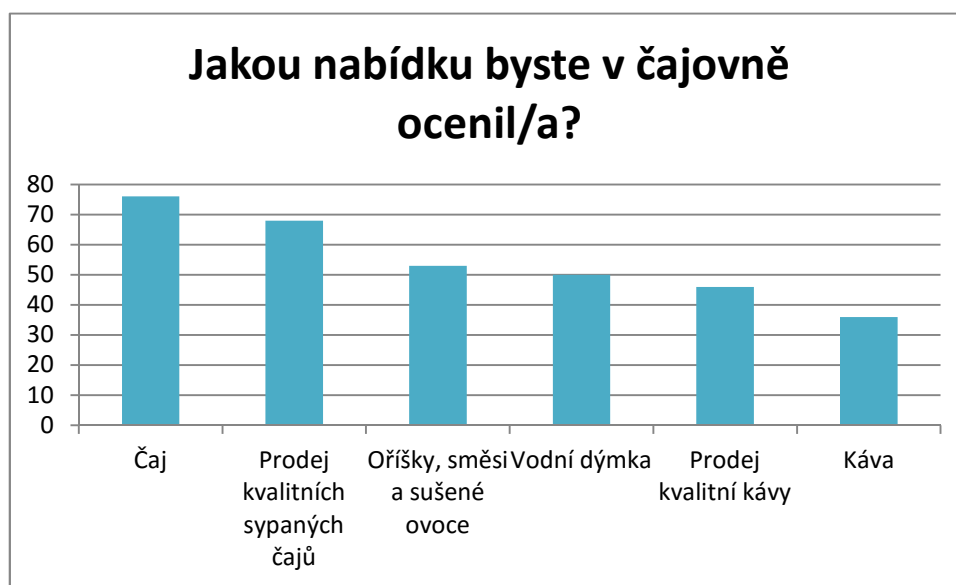
Dotazník kladl důraz především na to, co by potenciální zákazníci ocenili a zda vůbec vědí, že se momentálně žádná čajovna nenachází.

V tabulkách u absolutní a relativní četnosti se počítá pouze s respondenty, kteří odpovídali *ano*, nebo *nevím* a jsou vybrány jen nejčetnější odpovědi. Průzkum byl internetový a vyhodnocení dotazníku je shrnuto v následujících tabulkách a grafech.

Otázka týkající se nejžádanější nabídky čajovny potvrdila naše očekávání a opravdu by byly nejžádanější čaje a čajové směsi a to jak u nás připravené a zkonsumované tak prodej. Proto se zaměříme na výběr kvalitních a spolehlivých dodavatelů právě čajů a budeme se snažit, aby byla naše nabídka co nejširší.

Tabulka 15 – Nabídka (vlastní tvorba)

Nabídka	Absolutní četnost	Relativní četnost
Čaj	76	80,85 %
Prodej kvalitních sypaných čajů	68	72,34 %
Oříšky, směsi a sušené ovoce	53	56,38 %
Vodní dýmka	50	53,20 %
Prodej kvalitní kávy	46	48,94 %
Káva	36	38,30 %

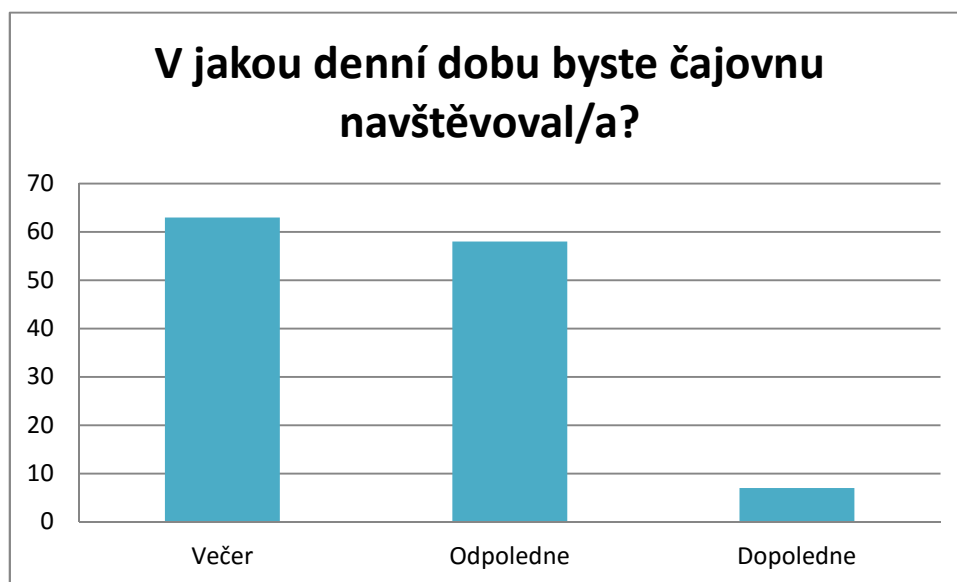


Graf 1 - Graf nabídky (vlastní tvorba)

Dále nás zajímalo, v jakou denní dobu by k nám zákazníci nejraději chodili, abychom co nejlépe vystihli otevírací dobu. Nejčastější odpovědí byla varianta večer a v opravdu těsném závěsu bylo umístěno odpoledne. Na základě tohoto zjištění jsme zvolily otevírací dobu každý všední den od 13 hodin, v sobotu od 14 hodin a v neděli od 15 hodin.

Tabulka 16 – Denní doba (vlastní tvorba)

Denní doba	Absolutní četnost	Relativní četnost
Večer	63	67,02 %
Odpoledne	58	61,70 %
Dopoledne	7	7,45 %

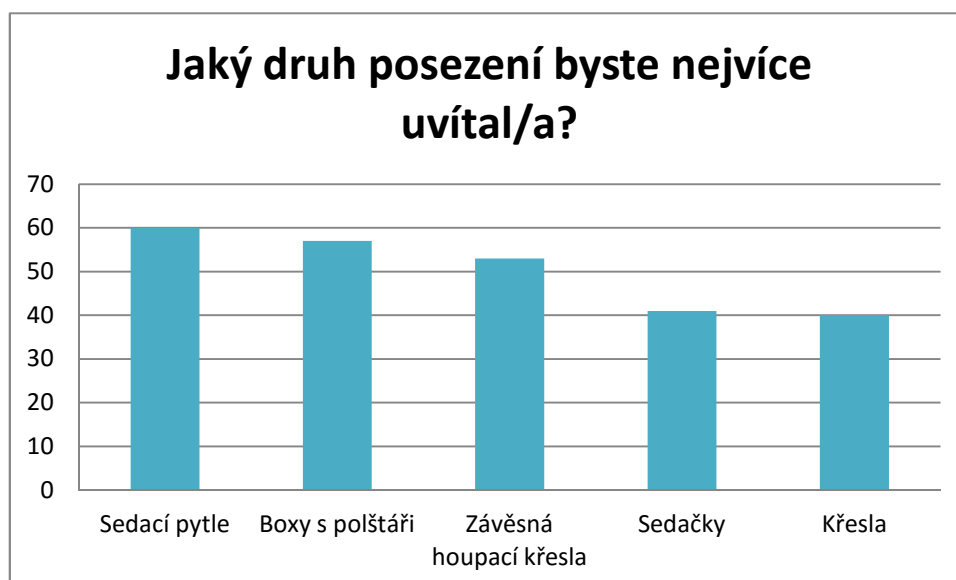


Graf 2 - Denní doba (vlastní tvorba)

Co se týká posezení a komfortu v našich prostorách, opět se potvrdila naše očekávání, že bude na předních místech něco, co zákazníci u konkurenci nenajdou. V tomto ohledu sázíme na originalitu, která jde ruku v ruce s pohodlím.

Tabulka 17 – Druh posezení (vlastní tvorba)

Druh posezení	Absolutní četnost	Relativní četnost
Sedací pytle	60	63,83 %
Boxy s polštáři	57	60,64 %
Závěsná houpací křesla	53	56,38 %
Sedačky	41	43,62 %
Křesla	40	42,55 %

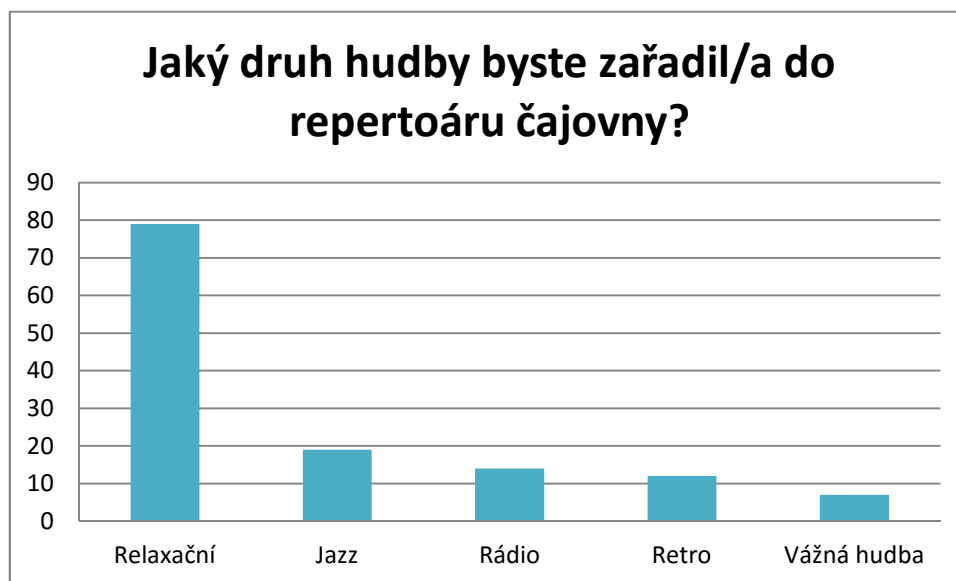


Graf 3 - Druh posezení (vlastní tvorba)

S hudbou je to v případě čajovny složitější. Je potřeba myslet na to, že je to místo, kde lidé chodí relaxovat nebo si popovídat a tak se skýtá otázka, jestli hudbu zařadit nebo ne. Většina respondentů odpověděla, že by hudbu ocenila a jednotlivé názory na druh hudby byly velmi zajímavé a některé i úsměvné. V drtivé většině však vyhrála hudba relaxační.

Tabulka 18 – Hudba (vlastní tvorba)

Hudba	Absolutní četnost	Relativní četnost
Relaxační	79	88,76 %
Jazz	19	21,35 %
Rádio	14	15,73 %
Retro	12	13,48 %
Vážná hudba	7	7,87 %



Graf 4 - Hudba (vlastní tvorba)

Na otázku, či by potenciální zákazníci uvítali také doprovodné programy, které bychom pořádali v prostorách čajovny, byla více než polovina odpovědí kladných. Následoval dotaz, jaký druh doprovodných programů by byl nejzajímavější. Zde již byly odpovědi vyrovnanější, a tak plánujeme zařazení všech těchto druhů doprovodných programů.

Tabulka 19 – Doprovodné programy (vlastní tvorba)

Doprovodný program	Absolutní četnost	Relativní četnost
Přednášky	48	68,57 %
Koncerty	38	54,29 %
Besedy	38	54,29 %
Výstavy	35	50 %
Kurzy	31	44,29 %



Graf 5 - Doprovodný program (vlastní tvorba)

Z následující tabulky lze vyčíst, že většina respondentů by návštěvu čajovny považovalo pouze za příležitostnou událost a právě proto plánujeme zavedení doprovodných programů, které nám pomohou přilákat další nové zákazníky. Vzhledem k nižšímu počtu respondentů mužského pohlaví převažují v návštěvnosti ženy. Proto budeme ladit prostředí čajovny spíše do teplejších barev, poskytneme možnost pobytu s dětmi.

Tabulka 20 – Jak často byste čajovnu navštěvoval/a? (vlastní tvorba)

Četnost návštěv Pohlaví	muž		žena		Celkový součet	
	1x měsíčně	3	3,80%	15	18,99%	18
1x týdně	2	2,53%	3	3,80%	5	6,33%
jednou za čas	9	11,39%	29	36,71%	38	48,10%
několikrát do měsíce	1	1,27%	14	17,72%	15	18,99%
několikrát do týdne	1	1,27%	2	2,53%	3	3,80%
Celkový součet	16	20,25%	63	79,75%	79	100,00%

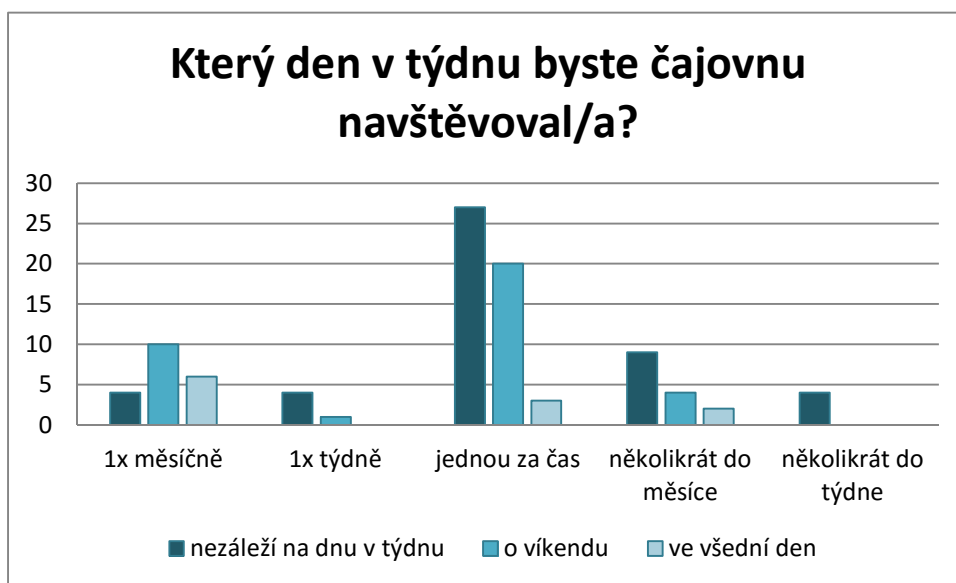


Graf 6 – Jak často byste čajovnu navštěvoval/a? (vlastní tvorba)

Další tabulka ukazuje, jak závisí dny v týdnu na návštěvnosti čajovny. Tato tabulka byla zdrojem dat pro volbu otevírací doby. Z dat vyplynulo, že nejvíce lidí by čajovnu navštěvovalo jen podle nálady, ale pokud vezmu v potaz pouze odpovědi týkající se víkendu a pracovních dnů, je zřejmé, že o víkendu musí být otevírací doba delší než v pracovních dnech.

Tabulka 21 – Který den v týdnu byste čajovnu navštěvoval/a? (vlastní tvorba)

Četnost Den v týdnu	nezáleží na dnu v týdnu		o víkendu		ve všední den		Celkový součet	
	1x měsíčně	4	4,26%	10	10,64%	6	6,38%	20
1x týdně	4	4,26%	1	1,06%	0	0,00%	5	5,32%
jednou za čas	27	28,72%	20	21,28%	3	3,19%	50	53,19%
několikrát do měsíce	9	9,57%	4	4,26%	2	2,13%	15	15,96%
několikrát do týdne	4	4,26%	0	0,00%	0	0,00%	4	4,26%
Celkový součet	48	51,06%	35	37,23%	11	11,70%	94	100,0%

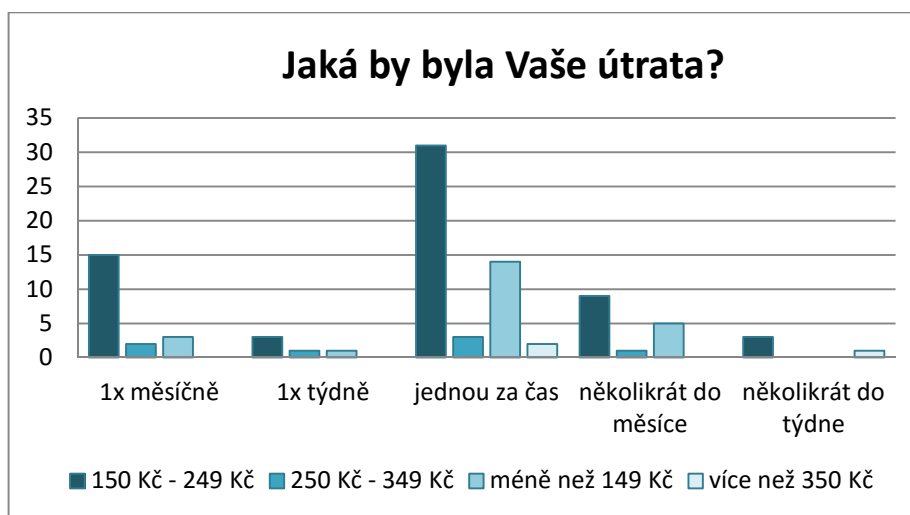


Graf 7 – Který den v týdnu byste čajovnu navštěvoval/a? (vlastní tvorba)

Z tabulky četnosti návštěv postavené proti průměrné útratě za jednu návštěvu čajovny vyplývá, že u nás zákazníci nechají v průměru 150–249 Kč. Z této tabulky jsem vycházela při výpočtu průměrných zisků čajovny.

Tabulka 22 – Jaká by byla Vaše útrata? (vlastní tvorba)

Četnost Útrata	150–249 Kč		250–349 Kč		méně než 149 Kč		více než 350 Kč		Celkový součet	
	1x měsíčně	15	15,96%	2	2,13%	3	3,19%	0	0,00%	20
1x týdně	3	3,19%	1	1,06%	1	1,06%	0	0,00%	5	5,32%
jednou za čas	31	32,98%	3	3,19%	14	14,89%	2	2,13%	50	53,19%
několikrát do měsíce	9	9,57%	1	1,06%	5	5,32%	0	0,00%	15	15,96%
několikrát do týdne	3	3,19%	0	0,00%	0	0,00%	1	1,06%	4	4,26%
Celkový součet	61	64,89%	7	7,45%	23	24,47%	3	3,19%	94	100,00%

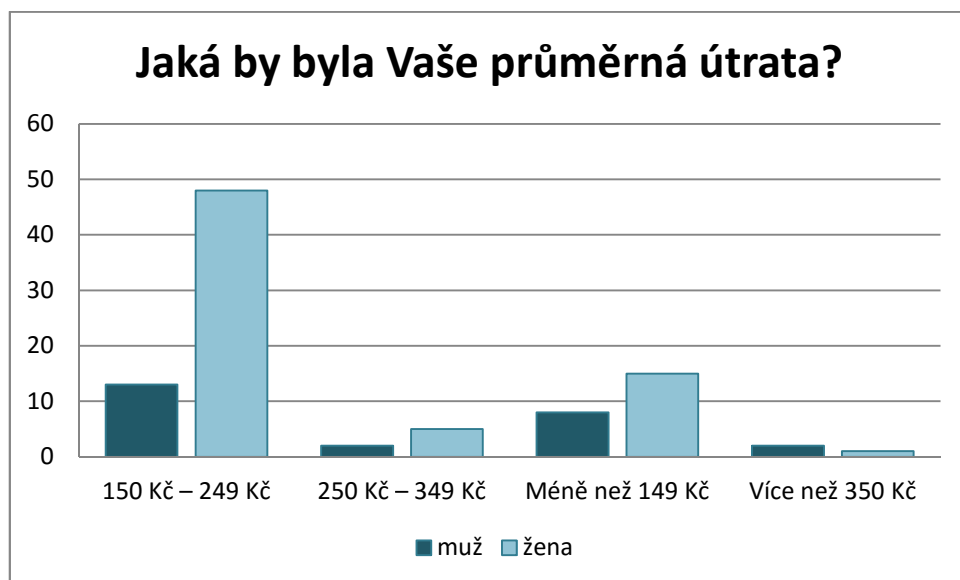


Graf 8 – Jaká by byla Vaše útrata? (vlastní tvorba)

Z výsledků této tabulky vyplývá, že častějšími návštěvníky budou ženy, ale hodnoty průměrné útraty se u mužů i u žen dají předpokládat ve stejné hodnotě.

Tabulka 23 – Jaká by byla Vaše průměrná útrata? (vlastní tvorba)

Průměrná útrata Pohlaví	muž		žena		celkem	
150 Kč – 249 Kč	13	13,83 %	48	51,06 %	61	64,89 %
250 Kč – 349 Kč	2	2,13 %	5	5,32 %	7	7,45 %
Méně než 149 Kč	8	8,51 %	15	15,96 %	23	24,47 %
Více než 350 Kč	2	2,13 %	1	1,06 %	3	3,19 %
Celkem	25	26,60 %	69	73,40 %	94	100 %

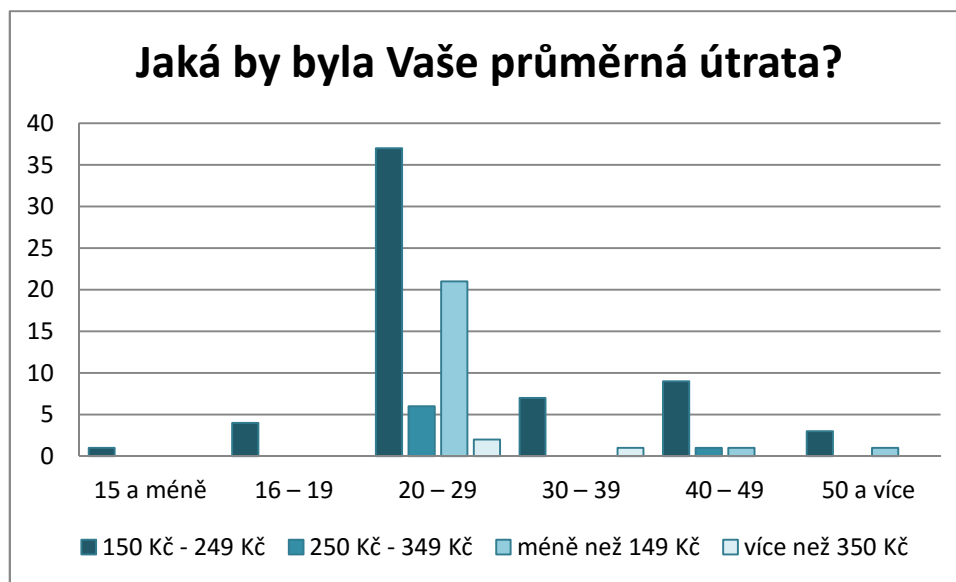


Graf 9 – Jaká by byla Vaše průměrná útrata? (vlastní tvorba)

V závislosti na věku vyplývá z odpovědí uvedených v dotazníkovém šetření, že největší podíl na tržbách čajovny budou mít osoby ve věkové kategorii 20–29 let. Z tohoto zjištění budeme reklamu cílit na střední a vysoké školy a pořádat akce, které jsou vhodné právě pro tyto věkové skupiny.

Tabulka 24 – Jaká by byla Vaše průměrná útrata? (vlastní tvorba)

Věk / Útrata	150 – 249 Kč		250– 349 Kč		méně než 149 Kč		více než 350 Kč		Celkový součet	
15 a méně	1	1,06%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	1,06%
16 – 19	4	4,26%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	4	4,26%
20 – 29	37	39,36%	6	6,38%	21	22,34%	2	2,13%	66	70,21%
30 – 39	7	7,45%	0	0,00%	0	0,00%	1	1,06%	8	8,51%
40 – 49	9	9,57%	1	1,06%	1	1,06%	0	0,00%	11	11,70%
50 a více	3	3,19%	0	0,00%	1	1,06%	0	0,00%	4	4,26%
Celkový součet	61	64,89%	7	7,45%	23	24,47%	3	3,19%	94	100%

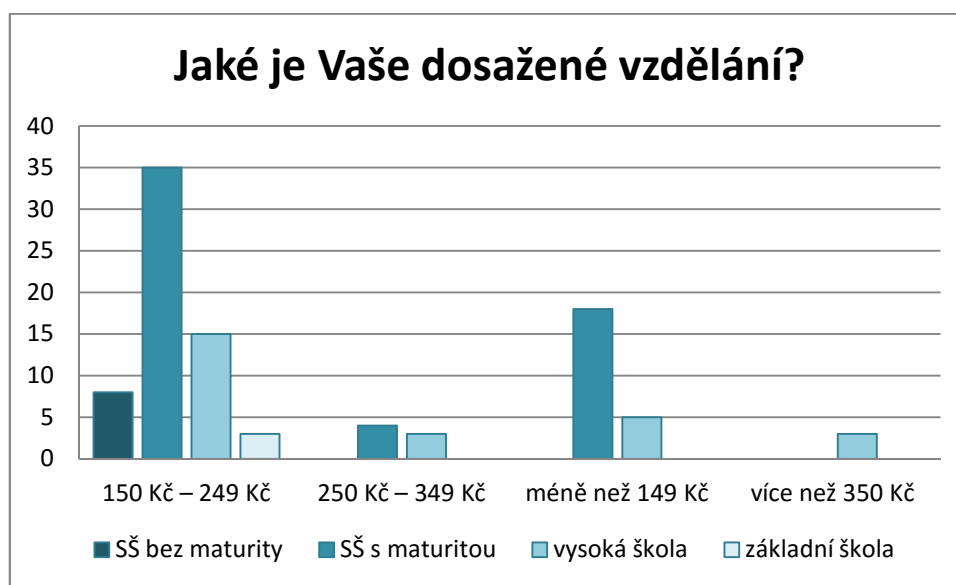


Graf 10 – Jaká by byla Vaše průměrná útrata? (vlastní tvorba)

Tato tabulka potvrzuje zjištění z tabulky předchozí, že nejpočetnější skupinou hostů budou právě osoby se středoškolským vzděláním, jejichž nejčastější průměrná útrata bude do 249 Kč.

Tabulka 25 – Jaké je Vaše dosažené vzdělání? (vlastní tvorba)

Útrata / Vzdělání	střední škola bez maturity		střední škola s maturitou		vysoká škola		Základní škola		Celkový součet	
150 Kč – 249 Kč	8	8,51%	35	37,23%	15	15,96%	3	3,19%	61	64,89%
250 Kč – 349 Kč	0	0,00%	4	4,26%	3	3,19%	0	0,00%	7	7,45%
méně než 149 Kč	0	0,00%	18	19,15%	5	5,32%	0	0,00%	23	24,47%
více než 350 Kč	0	0,00%	0	0,00%	3	3,19%	0	0,00%	3	3,19%
Celkový součet	8	8,51%	57	60,64%	26	27,66%	3	3,19%	94	100%

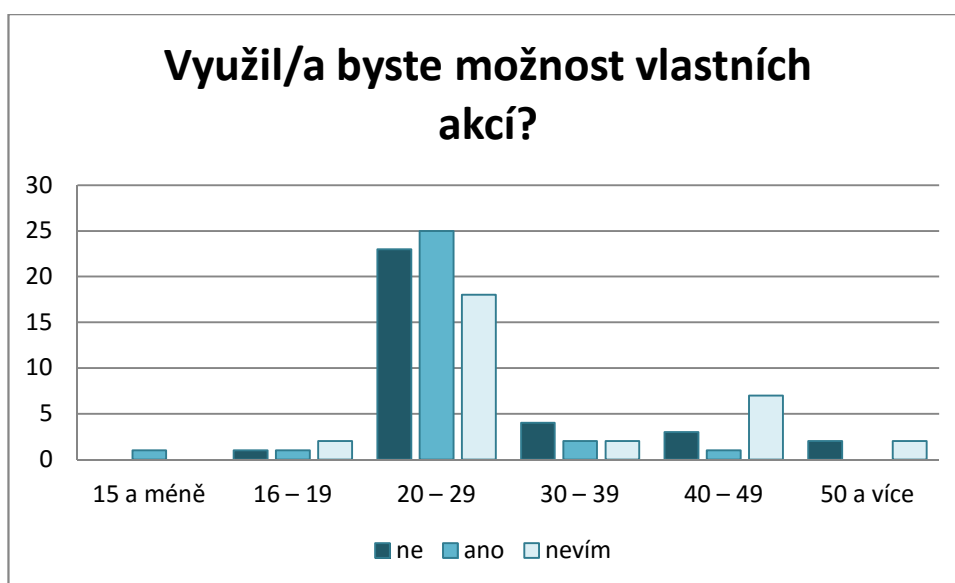


Graf 11 – Jaké je Vaše dosažené vzdělání? (vlastní tvorba)

V rámci originality, bude naše čajovna poskytovat možnost uspořádání vlastních akcí. Z následující tabulky a grafu vyplývá, že případný zájem by vznikl u skupin respondentů 20 – 29 let a 40 – 49 let.

Tabulka 26 – Využil/a byste možnost vlastních akcí? (vlastní tvorba)

Věk Vlastní akce	ne		ano		nevím		Celkový součet	
	15 a méně	0	0,00%	1	1,06%	0	0,00%	1
16 – 19	1	1,06%	1	1,06%	2	2,13%	4	4,26%
20 – 29	23	24,47%	25	26,60%	18	19,15%	66	70,21%
30 – 39	4	4,26%	2	2,13%	2	2,13%	8	8,51%
40 – 49	3	3,19%	1	1,06%	7	7,45%	11	11,70%
50 a více	2	2,13%	0	0,00%	2	2,13%	4	4,26%
Celkový součet	33	35,11%	30	31,91%	31	32,98%	94	100,00%

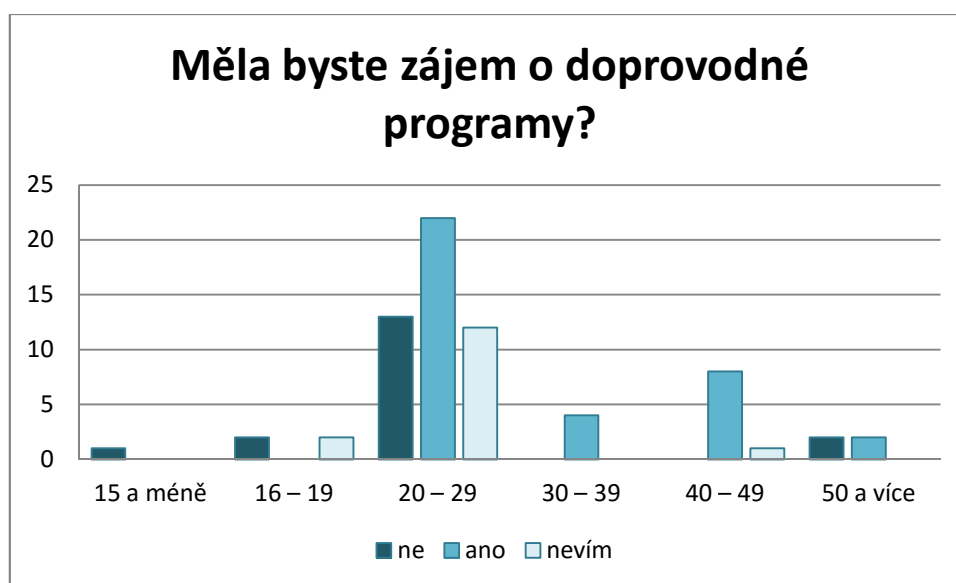


Graf 12 – Využil/a byste možnost vlastních akcí? (vlastní tvorba)

Tato tabulka vykazuje poměrně vysoký zájem žen o doprovodné programy, jako jsou výstavy, koncerty, přednášky a podobné. Opět je nevyšší zájem ve věkové kategorii 20–29 let.

Tabulka 27 – Měla byste zájem o doprovodné programy? (vlastní tvorba)

Ženy								
Věk / Dopř. programy	ne		ano		nevím		Celkový součet	
15 a méně	1	1,45%	0	0,00%	0	0,00%	1	1,45%
16 – 19	2	2,90%	0	0,00%	2	2,90%	4	5,80%
20 – 29	13	18,84%	22	31,88%	12	17,39%	47	68,12%
30 – 39	0	0,00%	4	5,80%	0	0,00%	4	5,80%
40 – 49	0	0,00%	8	11,59%	1	1,45%	9	13,04%
50 a více	2	2,90%	2	2,90%	0	0,00%	4	5,80%
Celkový součet	18	26,09%	36	52,17%	15	12,66%	69	100,00%

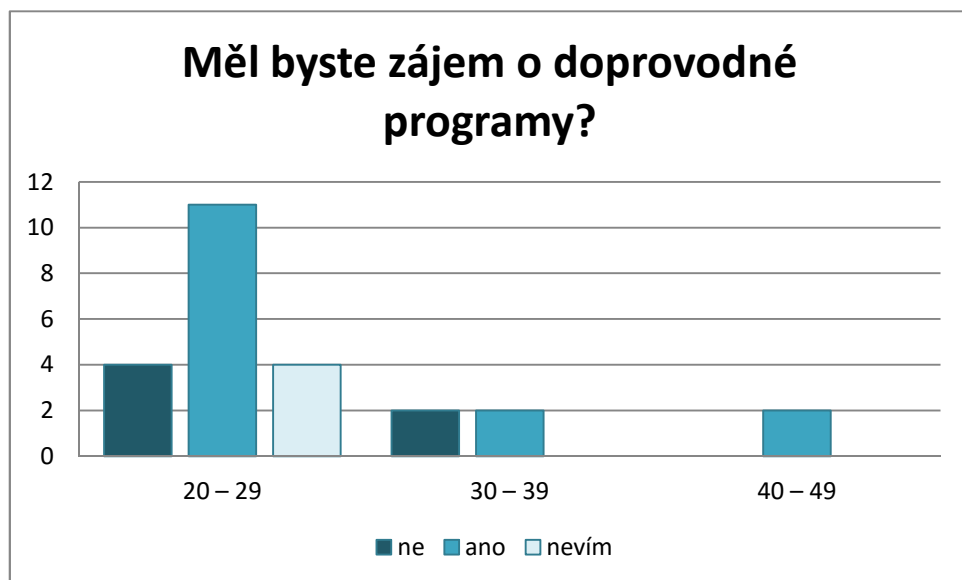


Graf 13 – Měla byste zájem o doprovodné programy? (vlastní tvorba)

Také muži ve stejné věkové kategorii mají poměrně velký zájem o doprovodné programy pořádané čajovnou.

Tabulka 28 – Měl byste zájem o doprovodné programy? (vlastní tvorba)

Muži								
Věk / Dopr. programy	ne		ano		nevím		Celkový součet	
20 – 29	4	16,00%	11	44,00%	4	16,00%	19	76,00%
30 – 39	2	8,00%	2	8,00%	0	0,00%	4	16,00%
40 – 49	0	0,00%	2	8,00%	0	0,00%	2	8,00%
Celkový součet	6	24,00%	15	60,00%	4	16,00%	25	100,00%

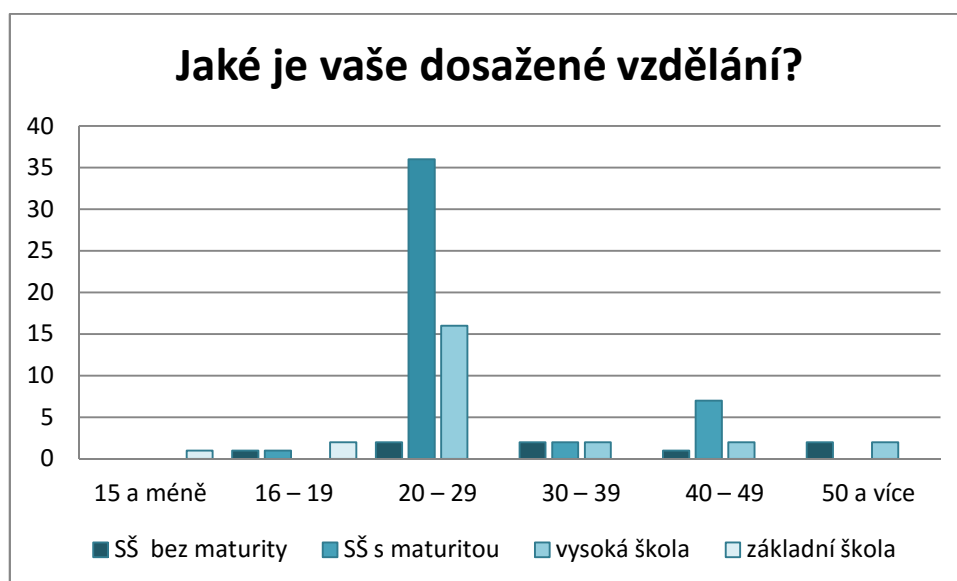


Graf 14 - Měl byste zájem o doprovodné programy? (vlastní tvorba)

Poslední tabulka poskytuje informace o průměrném věku a vzdělání našich hostů a díky těmto údajům předpokládáme, že bude zájem o odborné přednášky ale také například kurzy malování pro relaxaci a odreagování při studiu.

Tabulka 29 – Jaké je vaše vzdělání? (vlastní tvorba)

Věk Vzdělání	střední škola bez maturity		střední škola s maturitou		vysoká škola		základní škola		Celkový součet	
	počet	podíl (%)	počet	podíl (%)	počet	podíl (%)	počet	podíl (%)	počet	podíl (%)
15 a méně	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	1,27%	1	1,27%
16 – 19	1	1,27%	1	1,27%	0	0,00%	2	2,53%	4	5,06%
20 – 29	2	2,53%	36	45,57%	16	20,25%	0	0,00%	54	68,35%
30 – 39	2	2,53%	2	2,53%	2	2,53%	0	0,00%	6	7,59%
40 – 49	1	1,27%	7	8,86%	2	2,53%	0	0,00%	10	12,66%
50 a více	2	2,53%	0	0,00%	2	2,53%	0	0,00%	4	5,06%
Celkový součet	8	10,13%	46	58,23%	22	27,85%	3	3,80%	79	100,00%



Graf 15 – Jaké je vaše dosažené vzdělání? (vlastní tvorba)

6 VYBRANÉ SOFTWAREVÉ NÁSTROJE

Pro tuto kapitolu jsem si zvolila tři softwarové nástroje, které podle vlastních zkušeností a popisu zhodnotím. Bude se jednat o Raynet CRM, Microsoft Project a Mavenlink.

6.1 Raynet CRM

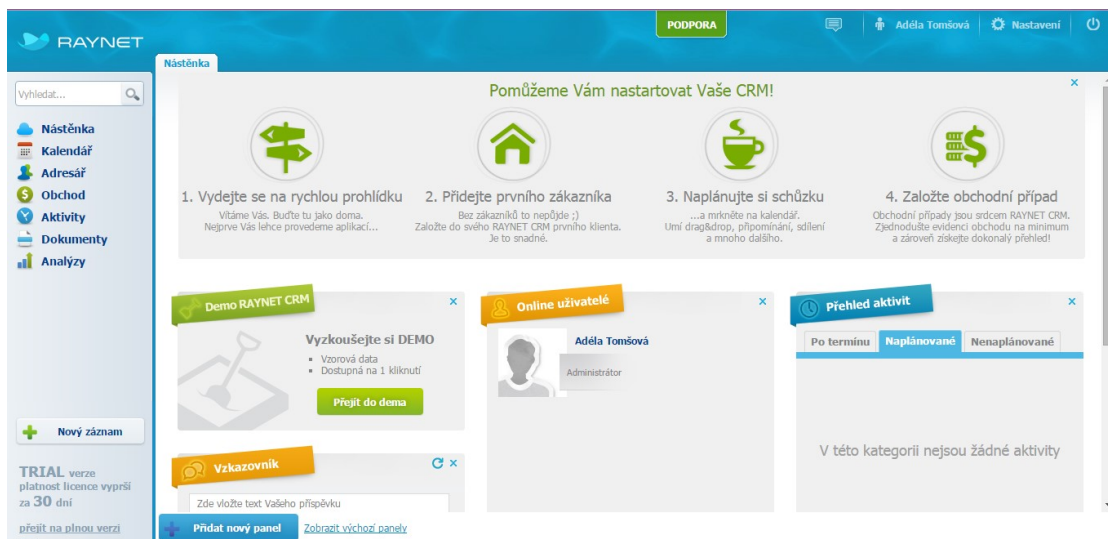
Raynet CRM je cloudová služba, takže není třeba provádět žádnou instalaci, ani nezabírá místo na vlastním disku. Pro fungování celého systému stačí mít přístup k internetu a mít k dispozici počítač, tablet nebo smartphone.

Tento software nabízí komplexní podporu pro fungování a řízení obchodu. Poskytuje jednoduché a přehledné ovládání, příjemné pracovní prostředí a pro manažery i pracovníky je skvělým nástrojem a pomocníkem pro přehled úkolů a činností, které je třeba zařídit a také je vhodný pro komunikaci s okolím firmy.

6.1.1 Základní údaje

Firma: Raynet CRM

Cena: od 500 Kč na uživatele



Obrázek 8 - RAYNER CRM (vlastní tvorba)

6.1.2 Moje hodnocení

Tento CRM systém hodnotím jako vcelku vydařenou aplikaci pro každou dobře fungující firmu. Je uživatelsky příjemný, protože si jej může každý zaměstnanec přizpůsobit svým potřebám, má integrovaný pěkný, přehledný kalendář, díky kterému se nestane, že bych zapomněla na nějakou schůzku nebo hovor, podpora nejen e-mailové ale také telefonické komunikace se zákazníky. Je levnější než jiné CRM systémy, což je pro mnohé firmy také důležité a myslím, že za tuto cenu je to kvalitně a přehledně propracovaný systém. Dá se s jistotou říci, že se lépe pracuje se systémem, který je barevný, než kde je jedna šedá tabulka vedle druhé, jak to stále v některých firmách funguje.

Výhody

- Propojení s jiným software (např. Outlook).
- Přehledné prostředí.

Nevýhody

- Množství nástrojů, které se nevyužívají.

Tabulka 30 – Přehled hodnocení softwaru Raynet CRM (vlastní tvorba)

<i>Parametr</i>	<i>Mé hodnocení</i>	<i>Popis parametru</i>
Přehlednost	9/10	Jednoduchost systému, nástěnky, kalendář.
Multifunkčnost	9/10	Komunikace, přehled, zákaznická podpora, diskuze.
Komunikace	9/10	Propojené databáze, e-mail, nástěnky.
Práce s daty	7/10	Přehledné databáze, zabezpečení.
Integrace do firmy	9/10	Školení zaměstnanců, přizpůsobení firmě.
Podpora	10/10	Technická podpora, návody.
Přizpůsobení	8/10	Přizpůsobení na míru zaměstnancům.
Zábavnost	5/10	Barevnost, možnost hromadných diskuzí, zprávy.
Cena	9/10	Levnější než konkurence, bez příplatků.
Internetové recenze	10/10	Hodnocení od firem, uživatelské zkušenosti.

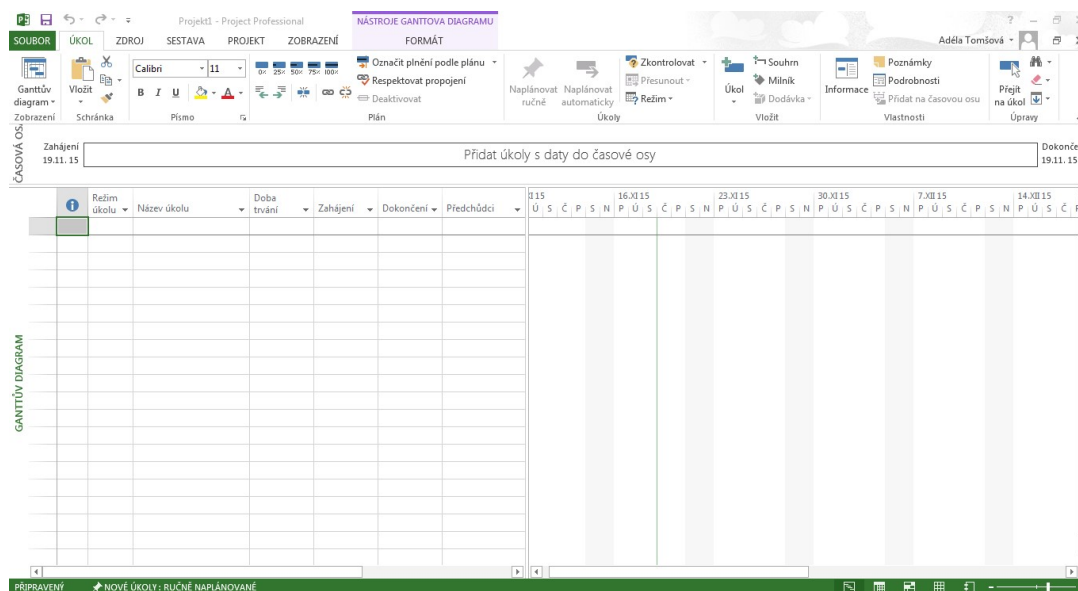
6.2 Microsoft Project 2016

Microsoft Project je, jak už název napovídá, dalším kouskem z dílny Microsoft. Jeho největší výhodou je bezproblémové propojení s dalšími službami od Microsoft, pro snadnější organizaci a průběh celých projektů. Umožňuje pružné reakce na případné změny v chodu firmy, zahajování nových projektů, určování priorit pro investice a pomáhá s dosahováním obchodních výsledků. Microsoft Project je dostupný jako online pracovní nástroj, ale také ve verzi s místní instalací.

6.2.1 Základní údaje

Firma: Microsoft

Cena: 37 999 Kč



Obrázek 9 - Microsoft Project 2013 (vlastní tvorba)

6.2.2 Moje hodnocení

Microsoft Project nabízí flexibilitu a možnost volby tím, že poskytuje řešení na míru pro řízení práce pro jednotlivce, týmy i podniky. Inovativní funkce v rámci celého „životního“ cyklu projektu pomáhají organizacím efektivně zahajovat, vybírat, plánovat a dodávat projekty včas a v rámci jejich rozpočtu. Je vhodný pro malé i velké firmy, ale jeho cena je pro menší podnikatele velmi vysoká.

Výhody

- Výpis všech úkolů potřebných k dokončení projektu na jednom místě.
- Přiřazení zdrojů ke každému úkolu v rámci plánu.
- Nastavení doby trvání projektu pro všechny úkoly v rámci projektu.
- Kvalitní podpora.

Nevýhody

- Nový uživatel potřebuje poměrně hodně času k tomu, aby se v tomto softwaru zorientoval a naučil se s ním pracovat.
- Nevýhodou může být také nutná instalace softwaru Microsoft Project aby bylo možné využívat všechny funkce programu.
- Podstatně vyšší cena než u ostatních programů.
- Funguje pouze na platformě Windows.

Tabulka 31 – Přehled hodnocení softwaru Microsoft Project 2013 (vlastní tvorba)

<i>Parametr</i>	<i>Mé hodnocení</i>	<i>Popis parametru</i>
Přehlednost	8/10	Jednoduchost systému, nástěnky, kalendář.
Multifunkčnost	7/10	Komunikace, přehled, zákaznická podpora, diskuze.
Komunikace	8/10	Propojené databáze, e-mail, nástěnky.
Práce s daty	8/10	Přehledné databáze, zabezpečení.
Integrace do firmy	7/10	Školení zaměstnanců, přizpůsobení firmě.
Podpora	9/10	Technická podpora, návody.
Přizpůsobení	6/10	Přizpůsobení na míru zaměstnancům.
Zábavnost	4/10	Barevnost, možnost hromadných diskuzí, zprávy.
Cena	5/10	Levnější než konkurence, bez příplatků.
Internetové recenze	10/10	Hodnocení od firem, uživatelské zkušenosti.

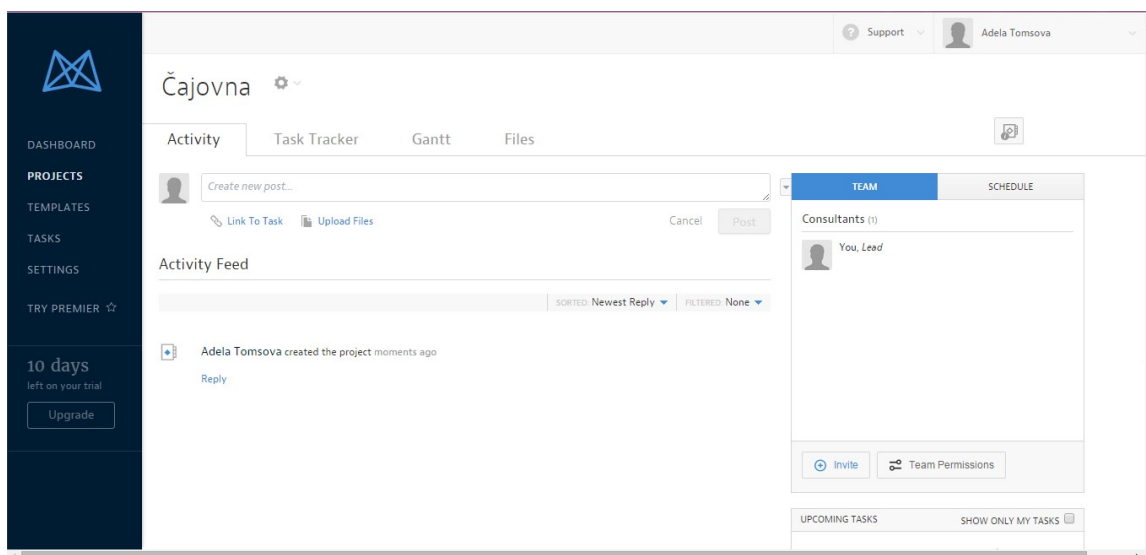
6.3 Mavenlink

Mavenlink patří mezi software, který je výhradně online. Je to software, který nabízí kombinaci pokročilého projektového řízení, finančních nástrojů, plánování zdrojů. Poskytuje sledování nákladů, času, reporting Ganttovy diagramy a mnoho dalších funkcí. Integrovaná funkce spolupráce soustřeďuje všechny úkoly, konverzace a aktivity přehledně na jednom místě. Nabízí také integraci Google Apps, které zajišťují bezproblémovou synchronizaci všech potřebných souborů.

6.3.1 Základní údaje

Firma: Mavenlink

Cena: od 500 Kč/os/měsíc



Obrázek 10 - Mavenlink (vlastní tvorba)

6.3.2 Moje hodnocení

Podle mého názoru poměrně chybí česká verze tohoto software pro české uživatele, protože je stále hodně lidí, kteří anglicky nemluví ani nerozumí. Mavenlink je používán pro organizaci více projektů od plánování k marketingu a financím. Je většinou používán jako vnitřní organizační nástroj, ale v poslední době je užíván také pro komunikaci se smluvními prodejci. Je to propracovaný systém, ale pro svoji firmu bych jej nezvolila.

Výhody

- Snadné sledování času stráveného nad projektem.
- Vhodný pro velké projekty, které mají hodně částí.
- Snadné sledování úkolů.

Nevýhody

- Problémy s úpravou poté co projekt začal.
- Nekvalitní podpora.
- Nutnost odborného školení a dostatek vlastního času k tomu, aby se v tomto softwaru nový uživatel zorientoval.

Tabulka 32 – Přehled hodnocení softwaru Mavenlink (vlastní tvorba)

<i>Parametr</i>	<i>Mé hodnocení</i>	<i>Popis parametru</i>
Přehlednost	9/10	Jednoduchost systému, nástěnky, kalendář.
Multifunkčnost	10/10	Komunikace, přehled, zákaznická podpora, diskuze.
Komunikace	9/10	Propojené databáze, e-mail, nástěnky.
Práce s daty	8/10	Přehledné databáze, zabezpečení.
Integrace do firmy	8/10	Školení zaměstnanců, přizpůsobení firmě.
Podpora	6/10	Technická podpora, návody.
Přizpůsobení	8/10	Přizpůsobení na míru zaměstnancům.
Zábavnost	4/10	Barevnost, možnost hromadných diskuzí, zprávy.
Cena	7/10	Levnější než konkurence, bez příplatků.
Internetové recenze	9/10	Hodnocení od firem, uživatelské zkušenosti.

7 NÁVRHY NA ZMĚNY V JEDNOTLIVÝCH SOFTWARECH

Při práci s jednotlivými softwary jsem došla k závěru, že pro mé podnikání by mi nejvíce vyhovoval software Raynet CRM. Hlavním kritériem je pro malou, začínající firmu cena, ale i další aspekty jsou důležité. Dále v kapitole je uveden výpis změn, které bych po vyzkoušení jednotlivých softwaru navrhovala.

7.1 Raynet CRM

Podle mého názoru je tento systém skoro dokonale přizpůsobený pro pohodlí a orientaci uživatelů. Je přehledný, má velmi dobře propracovanou stránku podpory – při odeslání dotazu odpověděla operátorka během pěti minut, byla milá a ochotně zodpověděla všechny mé dotazy.

Jedinou nevýhodou je množství zapracovaných nástrojů v systému. Pro mnoho uživatelů je toto množství zbytečné a při svém podnikání je nevyužijí. Vhodnou variantou by byla možnost volby těch nástrojů, u kterých podnikatel ví, že je využije a v případě, zjištění absence některého nástroje, měl by možnost nechat si jej do softwaru od podpory přidat.

Pro tento software dále nemám co vytknout jelikož uživatelům poskytuje přehledné pracovní prostředí kompletně v češtině, lze jej bezproblémově propojit s nástroji Google i iOS, nabízí mobilní aplikaci pro práci v terénu pro Android i iOS a při potížích řeší podpora problémy ihned a snaží se co nejrychleji vše upravit dle potřeb uživatele.

7.2 Microsoft Project

Microsoft Project je, jak už název napovídá další z balíku softwaru od Microsoftu a tomu odpovídá také styl jakým je vytvořeno pracovní prostředí. Je stejné jako lze vidět u Microsoft Word nebo Microsoft Excel. Rozdíl je ale v tom, že tyto dva produkty používáme poměrně běžně a tak se v nich snáze zorientujeme.

Pro tento software bych navrhovala změny ve smyslu zpřehlednění celého pracovního prostředí. Celkově je toto pracovní prostředí málo intuitivní a trvá poměrně dlouho, než se běžný uživatel zorientuje. Dle mého názoru by tuto změnu ocenil každý uživatel, který musí s tímto softwarem pracovat.

Dále bych i pro lepší přehlednost i pro zpříjemnění pracovního prostředí přidala více barev a možnost hromadných diskusí u projektů.

Poměrně velkou nevýhodou je potřeba instalace tohoto softwaru i přímo do počítače nebo notebooku a proto bych uvítala také cloudové řešení, protože ne vždy má s sebou každý uživatel notebook s nainstalovaným softwarem a v případě, že by potřeboval akutně řešit nějaký problém a nedostal se k datům, mohou nastat velké potíže. Kdyby měl tento software alespoň ořezanou verzi všech funkcí v cloudovém prostředí, uživatelé by nebyli vázáni a měli by přístup ke svému podnikání prakticky kdykoliv a kdekoliv.

Dalším návrhem na změnu by byla podpora i jiných platforem než je Windows. Je mnoho uživatelů, kteří mají na svých počítačích třeba Linux. Microsoft se tímto krokem připravil o část zákazníků, která by tento produkt ocenila.

Pokud vezmeme v potaz svět mobilních zařízení, tedy konkrétně tablety nebo smartphony, tak také v této sféře by se tento software mohl objevit a věřím, že by se setkal s řadou kladných hodnocení, protože jak jsem již zmiňovala výše, dnešní svět je neustále v pohybu a problémy a konflikty se musí řešit tzv. „za pochodu“ a už se podnikatel nachází kdekoliv, musí být stále k dispozici. Proto by bylo výhodné vytvořit například mobilní aplikaci. Dá se předpokládat, že by musela být daleko méně náročná na operační paměť a operační systém, avšak bylo by to dalším velkým krokem k podnikání odkudkoliv.

Celkově je tento software kvalitně propracovaný, ale pro většinu malých podnikatelů cenově nedostupný.

7.3 Mavenlink

Pro tento systém bych jako největší změnu doporučila podporu češtiny, protože i když by měla být angličtina v dnešní době již samozřejmostí, ne vždy to tak skutečně je a v takovém případě by, ať už pro zaměstnavatele nebo pro zaměstnance, vznikly další náklady kurzy angličtiny a ne každý zaměstnanec by byl ochoten kurzy podstoupit.

Také to je důvodem, proč je potřeba absolvovat nákladná školení pro tento software. Nejsou to jen kurzy angličtiny, v případě, že pracovník, který s tímto softwarem bude pracovat, anglicky neumí. Jedná se také o velmi nákladná školení přímo pro práci s tímto softwarem. Proto, kdyby Mavenlink vydal podporu českého jazyka, odpadly by podnikatelům vysoké náklady na potřebu těchto kurzů. Školení by pak byla nutná pouze v případě, že by firma potřebovala velmi akutně a v co nejkratším čase zaučít nového pracovníka. Za běžných okolností by se s českou verzí v prostředí zorientoval nový pracovník během kratší doby i sám.

Dále bych navrhovala také změnu a zpřehlednění pracovního prostředí. V podstatě všechny úkony se provádí jen v jednom okně, což znamená, že v případě, kdy uživatel chce přejít do jiné záložky v menu, přepne se mu do stejného okna, v jakém pracuje. Vhodným řešením by bylo přidání možnosti pracovat například se záložkami.

Zkušební verze tohoto softwaru nepovolí uživateli vyzkoušet všechny nástroje, které poskytuje při zakoupení plné verze. Například nejsou dostupné finanční nástroje a firma, která hledá právě podporu jak plánovacích tak i finančních nástrojů si tak nemůže vyzkoušet před samotným zakoupením, jestli by jí vyhovoval právě tento software.

Neméně podstatnou součástí, která by byla zapotřebí vylepšit, je stránka uživatelské podpory. Při pokusu o kontaktování podpory prostřednictvím chatu, který je dostupný přímo v prostředí Mavenlinku, jsem byla poměrně odrazena. Odpověď na mou otázku mi přišla cca po dvou dnech s tím, že ani na e-mail, který jsem zadávala při registraci, nepřišlo žádné upozornění o nové zprávě.

Tento software je propracovaný a při pravidelném užívání si na něj uživatel poměrně snadno zvykne, jen absence češtiny a slabá podpora je pro mě velkým zklamáním.

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu pro založení vlastní čajovny, která v daném městě chybí a jednalo by se tedy o zaplnění díry na místním trhu.

Teoretická část se zabývala literární rešerší, která odhalila, co všechno musí správný podnikatelský záměr obsahovat a co je potřeba zařídit, než se podnikatel vrhne do vlastního podnikání. Je potřeba provést různé analýzy a průzkumy, které podnikateli pomohou odhadnout reálnou situaci na trhu a mohou také ukázat, co by se mu v jeho vlastním podnikání nejvíce vyplatilo a co má naopak raději vynechat. Dále jsem díky teoretické části zjistila, že také správná právní forma podnikání je pro začínající podnik velmi důležitá a odvíjí se nejen od finančních možností, ale také od počtu podnikajících osob nebo oblasti podnikání.

Praktická část byla rozdělena do tří kapitol, které spolu však úzce souvisí a byly zde plně využity poznatky z části teoretické. První částí bylo vypracování samotného podnikatelského plánu na založení drobného podniku – tedy Čajovny Krůček ke štěstí. Je zde obsaženo vše, co by měl správný podnikatelský plán obsahovat.

Další kapitola se zabývá dotazníkovým šetřením, které bylo uskutečněno na základě internetového průzkumu trhu. Díky tomuto průzkumu jsem zjistila, že by obyvatelé města měli o čajovnu poměrně velký zájem a také jakou nabídku nebo třeba druh hudby by nejvíce ocenili. Nejdůležitějším bodem šetření byla otázka útraty.

Poslední kapitola méj bakalářské práce se zabývala otázkou software, který se využívá pro projektové řízení ve firmách. Pracovala jsem se softwary Raynet CRM, Microsoft Project a Mavenlink. Z těchto software bych pro svoji firmu vybrala nejspíše Raynet CRM a to především z finančních důvodů, protože vychází nejlevněji ze všech uvedených a navíc se mi i celkově líbí pracovní prostředí a funkce tohoto software.

V případě, kdy by došlo ke skutečnému otevření čajovny, podle našeho podnikatelského plánu, věříme, že by tato firma měla velkou šanci na trhu uspět a vydobýt si své postavení mezi jinými podniky a také získat početnou stálou klientelu. U analýz bylo pracováno s daty z dotazníkového šetření, a tudíž jsou založeny na názorech potenciálních zákazníků a tím pádem si mohu dovolit tvrdit, že by byla čajovna v našem městě vítanou novinkou.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] HRAZDILOVÁ BOČKOVÁ, Kateřina. *Projektové řízení*. Martin Koláček – E-knihy jedou, 2016. ISBN 9788075124319.
- [2] HALVOVÁ, Michaela. *Aplikace principů projektového managementu na konkrétní akci* [online]. Praha, 2010, 2015-11-18 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://info.sks.cz/www/zavprace/soubory/71730.pdf>
- [3] Historie projektového řízení. *Prezi.com* [online]. Prezi, 2014, 2014-10-20 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <https://prezi.com/fydxuhfyo3bh/historie-projektoveho-rizeni/>
- [4] Podnikatelský plán. In: *PROFIpodnikatelskyplan.cz* [online]. 2011 [cit. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.profipodnikatelskyplan.cz/podnikatelsky-plan/#K-čemu-a-komu-slouží>
- [5] Základy o podnikatelském záměru. In: *IPodnikatel.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Podnikatelsky-zamer/zaklady-o-podnikatelskem-zameru.html>
- [6] Podnikatelský plán krok za krokem. In: *Česká spořitelna a.s.* [online]. 2013 [cit. 2016-05-16]. Dostupné z: http://www.csas.cz/static_internet/cs/Obchodni_informace-Produkty/Ostatni_produkty_a_sluzby/Podnikatele_a_male_firmy/Prilohy/podnikatelsky_plan_krok_za_krokem_web.pdf
- [7] ABRAMS, Rhonda M. a Julie. VALLONE. *Successful marketing: secrets & strategies*. 1st ed. Palo Alto, Calif.: The Planning Shop, c2008. ISBN 9781933895062.
- [8] BLACKWELL, Edward. *Podnikatelský plán*. Praha: Readers International, 1993. Business guides. ISBN 80-901454-1-8.
- [9] 15 kroků, jak sepsat podnikatelský záměr. In: *Jobs.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.jobs.cz/poradna/15-kroku-jak-sepsat-podnikatelsky-plan/>
- [10] HISRIC, Robert D. a Michael P. PETERS. *Založení a řízení nového podniku*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.
- [11] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. Expert (Grada). ISBN 80-247-0939-2.
- [12] KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007. Praxe podnikatele. ISBN 9788025116050.

- [13] BARTOŠOVÁ, Hana a Jan BARTOŠ. *Projektový management*. Praha, 2011.
- [14] WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2003. Malé a střední podnikání. ISBN 80-7261-075-9.
- [15] Obchodní zákoník, § 678 odst. 2 zákona č. 513/1991 Sb.
- [16] Podmínky pro založení s.r.o. *Help1.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: http://www.help1.cz/zakladani_firem_podminky_pro_zalozeni_sro.html

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

- PERT Program Evaluation and Review Technique (metoda síťové analýzy pro odhad doby trvání projektu).
- CPM Critical Path Metod (metoda kritické cesty).
- IPMA International Project Management Association (přední odborník na řízení projektů, programů a portfolia).
- PMI Project Management Institute (přední světové sdružení projektového řízení).
- SPŘ Společnost pro projektové řízení (Certifikační orgán spadající pod IPMA).
- SWOT Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Silné a slabé stránky, příležitosti, hrozby).
- OSVČ Osoba samostatně veřejně činná.
- CRM Customer Relationship Management (systém pro řízení vztahu se zákazníky).

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 – Logo čajovny (vlastní tvorba)	28
Obrázek 2 – Konkurenční čajovny (vlastní tvorba).....	34
Obrázek 3 – Trojimperativ podniku (vlastní tvorba)	35
Obrázek 4 – Sweet Home 3D pracovní prostředí (vlastní tvorba).....	49
Obrázek 5 – Rozloha prostor čajovny (vlastní tvorba).....	50
Obrázek 6 - Půdorys čajovny (vlastní tvorba)	51
Obrázek 7 – 3D model prostorů čajovny (vlastní tvorba)	51
Obrázek 8 - RAYNER CRM (vlastní tvorba).....	68
Obrázek 9 - Microsoft Project 2013 (vlastní tvorba)	70
Obrázek 10 - Mavenlink (vlastní tvorba).....	72

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 - Graf nabídky (vlastní tvorba)	53
Graf 2 - Denní doba (vlastní tvorba).....	54
Graf 3 - Druh posezení (vlastní tvorba)	55
Graf 4 - Hudba (vlastní tvorba).....	56
Graf 5 - Doprovodný program (vlastní tvorba)	57
Graf 6 – Jak často byste čajovnu navštěvoval/a? (vlastní tvorba)	58
Graf 7 – Který den v týdnu byste čajovnu navštěvoval/a? (vlastní tvorba).....	59
Graf 8 – Jaká by byla Vaše útrata? (vlastní tvorba).....	60
Graf 9 – Jaká by byla Vaše průměrná útrata? (vlastní tvorba)	61
Graf 10 – Jaká by byla Vaše průměrná útrata? (vlastní tvorba)	62
Graf 11 – Jaké je Vaše dosažené vzdělání? (vlastní tvorba).....	63
Graf 12 – Využil/a byste možnost vlastních akcí? (vlastní tvorba).....	64
Graf 13 – Měla byste zájem o doprovodné programy? (vlastní tvorba).....	65
Graf 14 - Měl byste zájem o doprovodné programy? (vlastní tvorba)	66
Graf 15 – Jaké je vaše dosažené vzdělání? (vlastní tvorba)	67

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 – SWOT analýza (vlastní tvorba)	20
Tabulka 2 – Rozdíly mezi Živností a S. R. O.	26
Tabulka 3 – Otevírací doba (vlastní tvorba)	30
Tabulka 4 – SWOT analýza (vlastní tvorba)	36
Tabulka 5 – Ganttův digaram (vlastní tvorba).....	38
Tabulka 6 – Logický rámeček (vlastní tvorba).....	39
Tabulka 7 – Počáteční rozvaha (vlastní tvorba).....	41
Tabulka 8 – Vybavení čajovny (vlastní tvorba).....	42
Tabulka 9 – Náklady na elektroniku (vlastní tvorba)	43
Tabulka 10 – Náklady na zásoby (vlastní tvorba)	43
Tabulka 11 – Náklady na provoz (vlastní tvorba)	44
Tabulka 12 – Cash flow – optimistická varianta (vlastní tvorba).....	45
Tabulka 13 – Cash flow – střední varianta (vlastní tvorba).....	46
Tabulka 14 – Cash flow – pesimistická varianta (vlastní tvorba).....	46
Tabulka 15 – Nabídka (vlastní tvorba)	53
Tabulka 16 – Denní doba (vlastní tvorba)	54
Tabulka 17 – Druh posezení (vlastní tvorba).....	55
Tabulka 18 – Hudba (vlastní tvorba)	56
Tabulka 19 – Doprovodné programy (vlastní tvorba)	57
Tabulka 20 – Jak často byste čajovnu navštěvoval/a? (vlastní tvorba)	58
Tabulka 21 – Který den v týdnu byste čajovnu navštěvoval/a? (vlastní tvorba).....	59
Tabulka 22 – Jaká by byla Vaše útrata? (vlastní tvorba).....	60
Tabulka 23 – Jaká by byla Vaše průměrná útrata? (vlastní tvorba).....	61
Tabulka 24 – Jaká by byla Vaše průměrná útrata? (vlastní tvorba).....	62
Tabulka 25 – Jaké je Vaše dosažené vzdělání? (vlastní tvorba).....	63
Tabulka 26 – Využil/a byste možnost vlastních akcí? (vlastní tvorba)	64
Tabulka 27 – Měla byste zájem o doprovodné programy? (vlastní tvorba)	65
Tabulka 28 – Měl byste zájem o doprovodné programy? (vlastní tvorba).....	66
Tabulka 29 – Jaké je vaše vzdělání? (vlastní tvorba)	67
Tabulka 30 – Přehled hodnocení softwaru Raynet CRM (vlastní tvorba).....	69
Tabulka 31 – Přehled hodnocení softwaru Microsoft Project 2013 (vlastní tvorba).....	71
Tabulka 32 – Přehled hodnocení softwaru Mavenlink (vlastní tvorba).....	73

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P1: Dotazníkové šetření

Příloha P2: Docházkový list Tomšová Adéla

Příloha P3: Docházkový list Tomšová Jana

Příloha P4: Výpočet mzdy

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Dotazníkové šetření bylo provedeno pouze online a to na serveru poskytujícím kompletní podporu pro tyto analýzy. Server vyplnto.cz byl vybrán na základě dobrých recenzí a doporučení a se zpracováním dotazníku po vyhodnocení vydal data vhodná k dalšímu zpracování.

Samotné dotazníkové šetření mělo následující formu:

Jmenuji se Adéla Tomšová a jsem studentkou 3. ročníku bakalářského oboru Informační technologie v administrativě na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Obracím se na Vás s žádostí o vyplnění krátkého dotazníku, který bude sloužit jako podklad pro průzkum trhu pro praktickou část mé bakalářské práce. Bakalářská práce se zabývá tvorbou podnikatelského záměru založení čajovny ve Vsetíně a nese název Využití projektového přístupu při založení čajovny.

Výsledky tohoto dotazníku budou použity pouze pro potřeby mé bakalářské práce. Dotazník je zcela anonymní a jeho vyplnění zabere cca 5 minut. Zvolenou odpověď prosím vždy kliknutím vyberte a v případě, že je uvedeno lze zatrhnout více možností.

Předem Vám velmi děkuji za ochotu tento krátký dotazník vyplnit a pomoci mi tím s tvorbou mé bakalářské práce.

Otázky:

- 1) Víte, že v současné době není ve Vsetíně možnost navštívit čajovnu?**
 - a. ano
 - b. ne
- 2) Měl/a byste zájem o čajovnu ve Vsetíně?**
 - a. ano
 - b. ne
 - c. nevím
- 3) (pokud ano) Jak často byste čajovnu navštěvoval/a?**
 - a. 1x týdně
 - b. několikrát do týdne
 - c. 1x měsíčně
 - d. několikrát do měsíce
 - e. jednou za čas

4) Jakou nabídku byste v čajovně ocenil/a a jaká by byla vaše nejčastější objednávka? (více možností)

- a. brambůrky, tyčinky a jiné pochutiny
- b. čaj
- c. čaj - nečaj
- d. káva
- e. vodní dýmka
- f. oříšky, směsi a sušené ovoce
- g. prodej kamínků do vodních dýmek (minerální kamínky naložené v melase – ochucují vodní páru, bez nikotinu)
- h. prodej kvalitní kávy
- i. prodej kvalitních sypaných čajů
- j. prodej tabáků do vodních dýmek
- k. jiné - dopište

5) Kdy byste čajovnu nejčastěji navštěvoval/a?

- a. ve všední den
- b. o víkendu
- c. nezáleží na dnu v týdnu

6) V jakou denní dobu byste čajovnu navštěvoval/a?

- a. dopoledne
- b. odpoledne
- c. večer

7) Jaká by byla Vaše průměrná útrata za jednu návštěvu čajovny?

- a. méně než 149 Kč
- b. 150 Kč – 249 Kč
- c. 250 Kč – 349 Kč
- d. více než 350 Kč

8) Uvítal/a byste možnost doprovodných programů?

- a. ano
- b. ne
- c. nevím

9) Jaké možnosti doprovodných programů byste uvítal/a? (více možností)

- a. besedy
- b. výstavy
- c. koncerty
- d. přednášky
- e. kurzy (malování, břišní tance, ruční práce,...)
- f. jiné – dopište

10) Využil/a byste možnost pořádat v prostorách čajovny vlastní akce (např. oslavy narozenin)?

- a. ano
- b. ne
- c. nevím

11) Využil/a byste možnost rezervace?

- a. ano
- b. ne
- c. nevím

12) Jaký druh posezení byste nejvíce uvítal/a? (více možností)

- a. sedačky
- b. sedací pytle
- c. křesla
- d. boxy s polštáři
- e. závěsná houpací křesla

13) Ocenil/a byste hudbu v prostředí čajovny?

- a. ano
- b. ne
- c. nevím

14) Jaký druh hudby byste do hudebního repertoáru zařadil/a? (více možností)

- a. rádio
- b. relaxační
- c. vážnou hudbu
- d. retro
- e. jazz
- f. jiné – dopište

15) Jste:

- a. žena
- b. muž

16) Kolik je Vám let?

- a. 15 a méně
- b. 16 – 19
- c. 20 – 29
- d. 30 – 39
- e. 40 – 49
- f. 50 a více

17) Jaký nejvyšší stupeň vzdělání jste dosáhli?

- a. základní škola
- b. střední škola bez maturity
- c. střední škola s maturitou
- d. vysoká škola

PŘÍLOHA P2 DOCHÁZKOVÝ LIST TOMŠOVÁ ADÉLA

Docházkový list

Rok 2017
Měsíc 6

Pracovník: Tomšová Adéla

Den	Začátek	Konec	Přestávka	Odpracováno	Poznámka
čt - 01.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
pá - 02.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
so - 03.06	13:30	21:00	0:30	7:00	
ne - 04.06	14:30	19:00	0	4:30	
po - 05.06	v	v	v	0:00	
út - 06.06	v	v	v	0:00	
st - 07.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
čt - 08.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
pá - 09.06	15:30	0:00	0:30	8:00	
so - 10.06	16:30	0:00	0:30	7:00	
ne - 11.06	v	v	v	0:00	
po - 12.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
út - 13.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
st - 14.06	v	v	v	0:00	
čt - 15.06	v	v	v	0:00	
pá - 16.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
so - 17.06	13:30	21:00	0:30	7:00	
ne - 18.06	14:30	19:00	0	4:30	
po - 19.06	v	v	v	0:00	
út - 20.06	v	v	v	0:00	
st - 21.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
čt - 22.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
pá - 23.06	15:30	0:00	0:30	8:00	
so - 24.06	16:30	0:00	0:30	7:00	
ne - 25.06	v	v	v	0:00	
po - 26.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
út - 27.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
st - 28.06	v	v	v	0:00	
čt - 29.06	v	v	v	0:00	
pá - 30.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
Celkem				149:00	

PŘÍLOHA P3 DOCHÁZKOVÝ LIST TOMŠOVÁ JANA

Docházkový list

Rok 2017
Měsíc 6

Pracovník: Tomšová Jana

Den	Začátek	Konec	Přestávka	Odpracováno	Poznámka
čt - 01.06	v	v	v	0:00	
pá - 02.06	15:30	0:00	0:30	8:00	
so - 03.06	16:30	0:00	0:30	7:00	
ne - 04.06	v	v	v	0:00	
po - 05.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
út - 06.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
st - 07.06	v	v	v	0:00	
čt - 08.06	v	v	v	0:00	
pá - 09.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
so - 10.06	13:30	21:00	0:30	7:00	
ne - 11.06	14:30	19:00	0	4:30	
po - 12.06	v	v	v	0:00	
út - 13.06	v	v	v	0:00	
st - 14.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
čt - 15.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
pá - 16.06	15:30	0:00	0:30	8:00	
so - 17.06	16:30	0:00	0:30	7:00	
ne - 18.06	v	v	v	0:00	
po - 19.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
út - 20.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
st - 21.06	v	v	v	0:00	
čt - 22.06	v	v	v	0:00	
pá - 23.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
so - 24.06	13:30	21:00	0:30	7:00	
ne - 25.06	14:30	19:00	0	4:30	
po - 26.06	v	v	v	0:00	
út - 27.06	v	v	v	0:00	
st - 28.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
čt - 29.06	12:30	21:00	0:30	8:00	
pá - 30.06	15:30	0:00	0:30	8:00	
Celkem				141:00	

PŘÍLOHA P4 VÝPOČET MZDY

Hrubá mzda	11 159 Kč
SP – zaměstnanec (HM*0,065)	726 Kč
SP – zaměstnavatel (HM*0,25)	2 790 Kč
ZP – zaměstnanec (HM*0,045)	503 Kč
ZP – zaměstnavatel (HM*0,09)	1 005 Kč
Odvod - zaměstnanec	1 229 Kč
Odvod - zaměstnavatel	3 795 Kč
Superhrubá mzda (HM*1,34)	15 000Kč
Daň (SHM*0,15)	2 250 Kč
Sleva na poplatníka	2 070 Kč
Daň po odečtení slevy	180 Kč
Čistá mzda	9 750 Kč