

Podnikatelský plán BI-EPD.2

GLOBFOOD, s.r.o.

Společnost provozující internetový obchod se specialitami mezinárodní kuchyně



Cvičení ČT 12:45

Prosinec 2015

Obsah

Shrnutí	3
Popis podniku	4
Předmět podnikání	4
Forma podnikání.....	4
Lokalita provozu	4
Způsob vedení účetnictví.....	4
Pojištění.....	4
Popis podnikatelské příležitosti.....	4
Popis poskytované služby.....	4
Konkurenční výhoda	4
Zajištění potřebných vstupů a dodavatelů	5
Časový plán.....	6
Zákazníci	7
Konkurence a stanovení ceny.....	8
Marketing	10
Kalkulace cen za první rok	10
Základní finanční plán.....	11
Počáteční rozvaha	11
Odhad příjmů a nákladů	11
Fixní náklady	11
Příjmy a variabilní náklady v prvním roce provozu	12
Příjmy a variabilní náklady v dalších letech provozu	12
Výkaz zisku a ztráty.....	13
SWOT analýza.....	13
Závěr	15
Zdroje	16

Shrnutí

Tento podnikatelský plán slouží jako podklad pro žádost o úvěr za účelem spuštění internetového obchodu společnosti GlobFood, s.r.o.

V současné době roste zájem Čechů o vaření a mnoho z nich jej považuje za svůj koníček. Naším záměrem je spustit internetový obchod, který bude zaměřený na prodej mezinárodních trvanlivých potravin, které nejsou v České republice běžně k dostání. Průzkumy a četné diskuze na Internetu svědčí o zájmu Čechů o mezinárodní potraviny a svědčí také o problému, kde takové potraviny zakoupit. V současné době existuje mnoho obchodů (jak internetových, tak i kamenných), které nabízejí mezinárodní potraviny. Jedná se však vždy jen o suroviny z určité země či oblasti. Žádný obchod nenabízí tak široký sortiment, jako plánujeme nabízet my.

Naše společnost má v plánu oslovit všechny neprofesionální kuchaře a kuchařské nadšence v České republice a na Slovensku. Zákazníci budou moci využít možnosti si buď nechat zboží zaslat, nebo vyzvednout v našem skladě na Lounsku nebo na adrese našeho sídla v Praze. Dále budeme pro registrované zákazníky nabízet různé mimořádné slevy a akce. Společnost plánuje vytvořit stabilní základnu 3 900 zákazníků z řad českých a slovenských kuchařů. U těchto zákazníků předpokládáme, že budou naše služby využívat pravidelně a budou tedy vytvářet hlavní část našich příjmů, které odhadujeme na 3,5 milionu Kč ročně. Další příjmy budou plynout od cizinců žijících dlouhodobě v České republice a na Slovensku.

Naše společnost je schopna financovat rozjezd podnikání z 30% z vlastních zdrojů. Potřebujeme však další kapitál, který bychom rádi získali ve formě úvěru ve výši 670 000 Kč. Úvěr budeme schopni splatit do čtyř let. Kromě prvního roku provozu bude společnost schopna generovat kladný zisk ve výši 657 000 Kč.

Popis podniku

Předmět podnikání

Předmětem podnikání je nákup a prodej zboží. Jedná se zejména o nákup a prodej trvanlivých potravin.

Forma podnikání

K 1. 2. 2016 bude založena společnost s ručením omezeným s vlastním kapitálem 300 000 Kč na účtu společnosti. Společnost bude hospodařit výhradně s peněžními prostředky získanými vlastní činností. Hlavní zdroj příjmů bude tvořen tržbami z prodeje zboží.

Lokalita provozu

Sídlo společnosti se nachází v Praze. Provozovna a sklad se nachází v obci Chlumčany v okrese Louny, Ústecký kraj. Důvodem je velká nezaměstnanost v daném okrese a malá průměrná mzda. Další výhodou jsou také nízké ceny pronájmu skladů v dané oblasti. Pro tento typ podnikání není výběr lokality klíčový.

Způsob vedení účetnictví

Účetnictví bude vedeno v souladu s platnými právními předpisy. Využijeme služeb vedení účetnictví externí firmou SOMMER ACCOUNTING s.r.o.

Pojištění

Kromě zákonného pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za škodu při pracovním úrazu nebo nemoci z povolání bude sjednáno i pojištění majetku, a to konkrétně pojištění zboží a vybavení skladu proti odcizení a živelné pojištění.

Popis podnikatelské příležitosti

Popis poskytované služby

Naše podnikání spočívá v nákupu trvanlivých mezinárodních potravin od specializovaných výrobců a jejich prodeji našim zákazníkům v České republice a na Slovensku prostřednictvím internetového obchodu, ve kterém si mohou zákazníci objednávat zboží z tepla jejich domova. Zákazníkům nabízíme široký sortiment, který je přehledně rozdělený do několika podkategorií. Zákazníci si mohou vybrat z několika způsobů platby, dle jejich osobní preference, a také z několika způsobů dopravy včetně možnosti osobního vyzvednutí na našem skladě v Chlumčanech a na adrese našeho sídla na Praze 4 v Modřanech.

Konkurenční výhoda

Naši konkurenční výhodu spatřujeme v následujících bodech:

- Nabízíme široký sortiment surovin a trvanlivých specialit mezinárodní kuchyně, který nenabízí žádný jiný internetový obchod, kamenný obchod ani supermarket. V tomto spatřujeme naši hlavní konkurenční výhodu.
Zákazník nemusí navštěvovat několik specializovaných obchodů (např. obchod s japonskými specialitami, s thajskými specialitami, apod.). Všechny suroviny si objedná v jednom obchodě za jedno poštovné.
- Nabízíme registrovaným zákazníkům službu „Nejlevněji na internetu“. Více se dozvíte v kapitole Marketing.
- Každý měsíc nabízíme na nějaké zboží slevu.

- Zákazníci, kteří již v našem internetovém obchodě zakoupili nějaké zboží, dostanou slevu na další nákup.
- Oproti kamenným obchodům a supermarketům mohou zákazníci objednávat zboží ze svého domova bez nutnosti někam jezdit či chodit.
- Nad 1000 Kč nabízíme poštovné zdarma.

Zajištění potřebných vstupů a dodavatelů

Nejprve je potřeba navázat spolupráci s výrobcí jednotlivých specialit z různých států a domluvit se s nimi na cenové politice a na dopravě zboží do České republiky. Je potřeba podepsat smlouvy o výhradním zastoupení v ČR či smlouvy o obchodním zastoupení.

Je také nutné zajistit skladovací prostory a vybavit je nezbytným vybavením. V současné době máme uzavřenou smlouvu o nájmu prostoru sloužícího k podnikání. Jedná se o dostatečně velké prostory v již zmíněných Chlumčanech na Lounsku i s možností parkování a včetně sociálního zařízení za smlouvenou cenu 9 500 Kč měsíčně.

Co se týče vybavení, je nezbytné zajistit několik desítek regálů, kancelářské vybavení, běžný stolní počítač s operačním systémem Windows, monitor a LTE modem umožňující připojení k Internetu. Nezbytná je také registrační pokladna a účetní software (rozhodli jsme se pro systém Pohoda). V případě potřeby by neměl být problém do dvou týdnů nalézt náhradní prostory a veškeré vybavení tam přestěhovat.

Dalším potřebným vstupem je osobní automobil pro převoz zabaleného zboží na poštu. Tento má již náš podnik k dispozici a jedná se o starší Volkswagen Caddy, který je vhodný i pro převoz většího množství balíků.

Dále je potřeba zajistit potřebný software. Rozhodli jsme se využít především otevřený software, který je na Internetu dostupný. Konkrétně se jedná o PrestaShop a jiné.

Webovou doménu www.globfood.cz a webhosting jsme již zajistili.

Je nutné nakoupit nějaké zásoby, abychom mohli nabízet produkty skladem v našem internetovém obchodě.

Účetnictví a záležitosti týkající se mezd budou řešeny prostřednictvím externí firmy SOMMER ACCOUNTING s.r.o.

Jediným stálým zaměstnancem bude majitel a jednatel společnosti.

Další personál bude pracovat na základě pracovní smlouvy na dobu určitou. Jedná se především o nákupčího a osoby vyřizující objednávky.

U nákupčího se předpokládá dobrá znalost jazyků, především anglického, znalost základů práce na počítači a komunikační schopnosti na vysoké úrovni. Výhodou je praxe v oboru či studium ekonomické střední či vysoké školy. Náplní jeho práce by měla být kontrola zásob skladu a odesílání objednávek dodavatelům v případě, že se ztenčuje zásoba nějakého produktu na skladě, dále také výpomoc s objednávkami zákazníků. V prvním roce se předpokládá přijetí jednoho nákupčího s hrubou měsíční mzdou 20 000 Kč (a tedy superhrubá mzda činí 26 800 Kč).

Osoby vyřizující objednávky nemusí mít žádné speciální vzdělání, ale střední škola s maturitou je výhodou a nezbytná je znalost základů práce na počítači a dobré komunikační schopnosti. Náplní práce je vyřizování objednávek (balení, kontrola platby, odesílání apod.) a kontakt se zákazníkem. V prvním roce předpokládáme přijetí jednoho takového zaměstnance s vyšší hrubé měsíční mzdou 14 000 Kč (superhrubá mzda tudíž činí 18 758 Kč).

Práci týkající se softwaru a webových stránek provádí majitel a jednatel společnosti. Ten má také

zodpovědnost za chod skladu a kontroluje činnost zaměstnanců (vyřizování objednávek apod.). Zajišťuje marketing. Mzda jednatele činí 25 000 Kč (superhrubá mzda 33 500 Kč).

Finančním vstupem, který nám umožní zakoupit a financovat všechny výše uvedené vstupy a marketing, bude základní kapitál 300 000 Kč složený jednatelem společnosti a dále úvěr ve výši 670 000Kč s roční úrokovou mírou 7%, který bude splacen do 4 let. Výše měsíční splátky činí 16 043,98Kč.

Rizika spojená s jednotlivými vstupy vidíme především v následujících bodech:

- Získání úvěru potřebného pro nákup zboží, auta, apod.
- Splátka úvěru bude tvořit velkou část fixních nákladů.
- Navázání kontaktu s dodavateli.
- Zajištění vhodného a dostatečně kvalifikovaného personálu.

Časový plán

Jednotlivé úkoly dělíme na krátkodobé (v řádu měsíců až jeden rok), střednědobé (jeden až dva roky) a dlouhodobé (tři a více let).

Krátkodobé úkoly:

- Do jednoho měsíce:
 - Zajištění podnikatelského úvěru.
 - Navázání kontaktu se zásadními dodavateli, vytvoření a podepsání smluv o obchodním či výhradním zastoupení.
 - Dotvoření webových stránek.
 - Nalezení vhodného personálu.
- Do dvou měsíců
 - Nákup kancelářského vybavení, regálů apod.
 - Nákup prvotních zásob.
 - Spuštění a otestování webových stránek.
- Do 3 měsíců
 - Finální spuštění internetového obchodu (duben 2016).
 - Zajištění reklamy.
 - Navázání kontaktu s méně důležitými dodavateli, vytvoření a podepsání smluv o obchodním či výhradním zastoupení.
- Do jednoho roku
 - Zvětšování sortimentu a navázání kontaktu s dodavateli, dle požadavků zákazníků.
 - Drobné změny uživatelského prostředí a webových stránek na základě zkušeností z prvních měsíců fungování internetového obchodu.
 - Cílem je do jednoho roku dosáhnout vyrovnaného rozpočtu.

Střednědobé úkoly:

- Do dvou let
 - Rozšiřování sortimentu na žádost zákazníků (o další potraviny či kuchyňské vybavení typické pro jiné země).
 - Rozšíření sortimentu i na alternativní druhy stravování (Raw produkty, Paleo strava, Bezlepková strava, zdravá strava apod.).

- Uvažujeme o zveřejňování receptů z našich potravin a možnosti si stiskem jednoho tlačítka v našem internetovém obchodě objednat veškeré dostupné potraviny potřebné pro daný pokrm. Předpokládáme, že to bude mít pozitivní vliv na počet objednávek.

Dlouhodobé úkoly:

- Do 3 let
 - Přijetí dalšího zaměstnance vyřizujícího objednávky.
- Do 4 let
 - Splacení úvěru.
 - Nábor nových zaměstnanců dle počtu objednávek.
 - Nákup potřebného vybavení.
- V šestém roce
 - Otevření kamenné prodejny v Praze.
 - Dle aktuální situace expanze do okolních států.

Již bylo zajištěno:

- Pronájem skladových prostor.
- Zajištění osobního vozidla.
- Zajištění domény a webhostingu.
- Dohody o obchodním či výhradním zastoupení s klíčovými dodavateli.

Zákazníci

Našimi zákazníky jsou především neprofesionální kuchaři a kuchařští nadšenci v České republice a na Slovensku. O jejich zájmu o mezinárodní potraviny svědčí články píšící o úspěchu osob, které si otevřely v Čechách obchod s potravinami ze zahraničí. Četné diskuze na internetu zase vypovídají o problému kuchařů, kde takové potraviny v Čechách zakoupit či sehnat.

Z mnohých těchto článků a diskuzí uvedeme například:

- O britské potraviny mají Češi zájem - <http://byznys.ihned.cz/c1-64178580-o-britske-potraviny-maji-cesi-zajem-retezec-iceland-zde-planuje-dalsi-expanzi>
- Kde v ČR sehnat americké potraviny? - <http://www.omlazení.cz/kde-v-cr-59-464814-0.html>
- Průzkum: Čechům v e-shopech nejvíc chybějí potraviny. - <http://byznys.ihned.cz/c1-63810620-pruzkum-cechum-v-e-shopech-nejvic-chybeji-potraviny-postradaji-i-nabytek-ci-leky>

Dále se na internetu objevuje řada receptů na různé zahraniční speciality z ingrediencí, které u nás nejsou běžně k dostání (například tmavá a světlá čínská sójová omáčka a jiné). Počet takových receptů rychle roste.

V současné době se zvyšuje počet osob, které si doma vaří. Dle průzkumu [1] 80% lidí vaření baví či ho považují za svůj koníček.

Uvědomujeme si také, že nemalé procento našich zákazníků budou tvořit cizinci a přistěhovalci, kteří pobývají na území České republiky delší dobu. Tito lidé si často nemohou na českou stravu zvyknout a shánějí zde potraviny, které znají ze svého domova.

Konkurence a stanovení ceny

Na Českém a Slovenském trhu v současné době neexistuje firma, který by nabízela tak široký sortiment, jako naše společnost, což je naší největší výhodou.

Největší konkurencí nám jsou specializované obchody pro jednotlivé státy – jak internetové, tak kamenné. Takové obchody jsou ovšem často značně předražené a nabízí jen malou podmožinu našeho sortimentu. Navíc některé internetové obchody mají nelibivý a nepraktický vzhled webových stránek či nelogické řazení produktů, které zákazníky spíše odrazuje. Jiné se zaměřují pouze na cizince a jejich webové stránky či internetový obchod není v českém jazyce.

Hlavní konkurenti:

- Japonské potraviny:
 - Japa Foods s.r.o. (<http://www.japafoods.cz/>) – e-shop i kamenný obchod, e-shop má nevyhovující vyhledávání
 - Japa Mania (<http://www.japamania.cz/>)
- Asijské potraviny:
 - F. W. Tandoori (<http://www.asijske-potraviny.eu/>)
 - Asia Food (<http://www.asiafood.cz/>)
 - SambalShop (<http://www.sambalshop.cz/>)
 - Shin Food (<http://shinfood.com/>) – kamenné prodejny, japonské a korejské speciality
 - Korea Mart – pouze prodejna
- Řecké potraviny:
 - GTQ, s.r.o. (<http://www.gtq.cz/>) – nepřívětivé webové stránky
 - Olympia (<http://www.recky-obchod.cz/>) – jen kamenné prodejny
- Řecké a italské potraviny:
 - Bývalý obchod Kristallis (<http://www.recke-italske-speciality.cz/>) – pouze kamenná prodejna
- Italské potraviny
 - Bianco&Rosso (<http://www.grosseto.cz/bianco-rosso/>) – kamenný obchod
 - Wine Food Market (<http://www.winemarket.cz/>) – e-shop i prodejny
 - Gastronomica (<http://aromi.labottega.cz/homepage>) – pouze prodejna a bistro
 - Little Italy (www.daemanuel.cz) – pouze obchod
- Španělské potraviny
 - eDelikatesy (<http://edelikatesy.cz/shop/cs/>) – i kamenný obchod
 - Toro Blanco (www.toroblanco.cz) – pouze kamenný obchod
- Francouzské potraviny
 - Sladká Paris (<http://www.francie-vino-delikatesy.cz/>) – pouze kamenný obchod
 - Chez Greg (<http://www.chezgregpereetfils.cz/>) – především vína, pouze prodejna
- Americké a britské potraviny
 - Candy Store (<http://www.candy-store.cz/>) – i kamenné prodejny
 - Robertson (<http://www.robertson.cz/>) – jen řeznické speciality
 - Marks&Spencer – kamenné obchody
- Britské delikatesy
 - Obchod Britské delikatesy na Praze 2
 - Iceland (<http://www.iceland.cz/>) – jen kamenné prodejny
- Ruské potraviny
 - <http://www.potraviny.ru/> – webová stránka jen v ruském jazyce, jen kamenné prodejny

- Vlaštovka (<http://www.ruskespeciality.cz/>) – e-shop i prodejny
- Kolobok (<http://www.ruskolobok.cz/>) – jen prodejny
- Gastronom Delikatesy (<http://www.gastronomdelikatesy.cz/>) – pouze prodejna, všechny státy SSSR
- Arbat (<http://www.russianshop.cz/>) – pouze prodejna, všechny státy SSSR
- Mexické potraviny
 - MEXICALI s.r.o. (<http://www.hot-shop.cz/>) – internetový i kamenný obchod
 - Viva la Vida (<http://www.viva-la-vida.cz/>) - pouze internetový obchod
 - Tequila House (<http://www.tequila-house.eu/>) – pouze internetový obchod
- Arabské a orientální potraviny
 - Linexia (<http://www.orientalnipotraviny.cz/>)
 - Galaxy Food (<http://www.galaxyfood.cz/>) - pouze kamenné prodejny, obsahuje i recepty
 - Chez Amis (<http://www.chezamis.cz/>) – prodejna i e-shop
 - Farah Food (<http://farahfood.cz/>) – internetový obchod i kamenný, nelibivý vzhled
 - Re Food (<http://www.repraha.cz/>) – internetový i kamenný obchod
- Středomoří a východní Evropa
 - Ráj delikates (<http://rajdelikates.cz/>) – i kamenný obchod v Plzni
- Africké potraviny
 - Afro Shop – kamenná prodejna v Praze
 - AfroAfrik – kamenná prodejna v Praze
 - Divine Favour Afro Shop (<http://www.divine-favour.euweb.cz/>) – pouze obchod, omezený sortiment
- Vanilka (Madagaskar)
 - Pravá vanilka (<http://www.pravavanilka.cz/>) – internetový obchod
 - Vanilkové lusky (<http://www.vanilkove-lusky.cz/>) – internetový obchod
 - Vanilkový obchod (<http://www.vanilkovyobchod.cz/vanilkove-lusky/>) – internetový obchod
- A další

Dále nám konkurují supermarkety a obchodní řetězce, jejichž nabídka mezinárodních specialit ovšem značně pokulhává a naleznete zde jen zlomek našeho sortimentu.

Mezi takovou konkurenci řadíme například obchodní řetězec Tesco, Kaufland, Albert a další. Některé jiné řetězce (například Billa) oddělení mezinárodní kuchyně vůbec neobsahují a za konkurenci je nepovažujeme.

Hrozí možnost, že se na trhu objeví podnik s podobným podnikatelským záměrem našemu.

V takovém případě věříme tomu, že budeme schopni nabídnout našim zákazníkům lepší nabídky a ceny, než nově příchozí konkurence. Dále také spoléháme na budoucí dobré zkušenosti zákazníků s našimi službami. Z těchto důvodů věříme, že si udržíme vedoucí pozici na trhu.

Co se týče cen, rádi bychom nabízeli produkty řádově ve stejné cenové hladině, jako naši nejlevnější konkurenti. Máme v plánu nabízet stejné produkty za stejnou či ještě nižší cenu, než jiné internetové obchody v Čechách. O službě „Nejlevněji na internetu“ se dozvíte více v kapitole Marketing.

Naši výhodou oproti konkurenci jsou nižší ceny a velikost sortimentu, kterou jinde nenaleznete. Dále také možnost objednat zboží přes Internet s doručením až do domu či vyzvednout osobně. Náš internetový obchod je přehledný a design líbivý. Oproti některým internetovým obchodům se

zaměřujeme jak na cizince žijící v České republice a na Slovensku, tak především na české a slovenské občany, kteří rádi zkusí vařit nové pokrmy z cizích krajů.

Marketing

Hlavním pilířem naší marketingové kampaně v prvním roce provozu bude reklama na internetu a v časopisech. S reklamní kampaní začneme až po samotném spuštění internetového obchodu.

Máme v plánu využít reklamy na Googlu – Zaměření na kliknutí [2] a Facebooku [3]. U obou se bude jednat vždy o třicet dní a to čtyřikrát do roka s denním limitem 200 Kč na Googlu a 100 Kč na Facebooku.

Dále využijeme jednorázové inzerce v kulinářských časopisech. Jedná se o časopis *Apetit* (1/6 strany za 35 000 Kč [4]) a časopis *F.O.O.D.* (1/4 strany v katalogové inzerci za 28 000 Kč [5]). Všechny možnosti inzerce v časopisu *Gurmet* jsou mimo naše finanční možnosti [6].

Hodláme také využít reklamy na známých kulinářských webových stránkách (www.cuketka.cz a další).

Bude založena stránka na sociální síti Facebook, kde budou moci zákazníci sdílet své zkušenosti s naším obchodem a kde budeme pravidelně uvádět novinky z našeho obchodu.

Neméně důležitou součástí marketingové kampaně bude osobní kontakt se zákazníky v ulicích Prahy - především v okolí sídla společnosti a na rušných místech. Máme v plánu nechat natisknout propagační materiály (5000ks A6 za 3 496 Kč s DPH [7]) a rozdávat je spolu se vzorky jídla uvařeného ze surovin, které prodáváme (10 000 Kč).

Zákazníkům se budeme snažit zpříjemnit nákup následujícími způsoby:

- První měsíc po spuštění internetového obchodu bude na veškerý sortiment sleva 10%.
- Při nákupu dostane zákazník od nás slevu, kterou bude moci využít na další nákup.
- Pro registrované zákazníky nabízíme službu „Nejlevněji na Internetu“. Pokud zákazník nalezne stejné zboží v jiném internetovém obchodě, ve kterém ho mají skladem a ve kterém je nabízeno za nižší cenu, pokusíme se tuto lepší cenu zákazníkovi nabídnout také.
- První rok bude v našem internetovém obchodě probíhat soutěž „Recept měsíce“. Zákazníci budou moci zveřejňovat recepty obsahující potraviny, které prodáváme. Na konci každého měsíce bude vybrán nejlepší recept a autor bude odměněn slevou na nákup ve výši 500 Kč.

Kalkulace cen za první rok

Reklama – Google	4 x 30 x 200Kč = 24 000Kč
Reklama – Facebook	4 x 30 x 100Kč = 12 000Kč
Reklama – kulinářské weby	10 000Kč
Facebooková stránka	0Kč
Časopis <i>Apetit</i>	1 x 35 000Kč = 35 000Kč
Časopis <i>F.O.O.D.</i>	1 x 28 000Kč = 28 000Kč
Osobní kontakt v ulicích	10 000Kč + 3 496Kč = 13 496Kč
Recept měsíce	12 x 500Kč = 6 000Kč
Další drobné výdaje	6 504Kč
Celkem	135 000Kč

Věříme, že naši největší reklamou v dalších letech provozu budou dobré recenze našich zákazníků.

Základní finanční plán

Počáteční rozvaha

Počáteční výdaje budou hrazeny z vlastního kapitálu ve výši 300 000 Kč a dále z bankovního úvěru ve výši 670 000 Kč s roční úrokovou mírou 7%. Úvěr splatíme během čtyř let.

Před spuštěním našeho internetového obchodu bude potřeba zakoupit ojetý osobní automobil k odvozu zabaleného zboží na poštu a dále vybavení skladu ve výši 150 000 Kč. Jedná se především o regály 60x30cm (56ks po 1200 Kč), stoly a židle (20 000Kč), počítač, monitor, modem a tiskárnu (30 000 Kč). Dále je potřeba zakoupit kancelářské potřeby (10 000 Kč). Bude zakoupen rovněž i účetní systém (10 000 Kč).

Na nákup počátečních zásob určených k prodeji zákazníkům bude použito 200 000Kč.

Zbylé finance budou uloženy na účtu společnosti a budou sloužit jako finanční rezerva pro první rok existence podniku, kdy nepředpokládáme kladný zisk.

Celkový přehled o počátečním financování je v následující tabulce (částky jsou uvedeny v Kč).

AKTIVA		PASIVA	
Dlouhodobý majetek		Vlastní kapitál	
Hmotný		Základní kapitál	300 000
Osobní automobil	100 000		
Vybavení	150 000	Cizí kapitál	
Nehmotný		Bankovní úvěr	670 000
Účetní software	10 000		
Oběžný majetek			
Zásoby	200 000		
Peníze na účtu	500 000		
Kancelářské potřeby	10 000		
Celkem	970 000	Celkem	970 000

Odhad příjmů a nákladů

Fixní náklady

Největší část měsíčních nákladů bude tvořena mzdovými náklady. Jedná se o mzdu jednatele (hrubá mzda 25 000 Kč, náklady pro společnost jsou 33 500 Kč), nákupčího (hrubá mzda 20 000 Kč, superhrubá 26 800 Kč) a vyřizovatele objednávek (hrubá mzda 14 000Kč, superhrubá 18 758 Kč). Celkové měsíční náklady společnosti na mzdy činí 79 058 Kč. Za rok na mzdách společnost tedy zaplatí 948 696 Kč.

Dále budeme měsíčně splácet bankovní úvěr ve výši 670 000 Kč s roční úrokovou mírou 7%, který bude splacen do 4 let. Výše měsíční splátky bude tedy činit 16 044 Kč, což je 192 528 Kč ročně.

Dalším pravidelným nákladem bude pronájem skladu ve výši 9 500 Kč a pronájem sídla společnosti za 6 000 Kč. Provoz skladu (energie, internet apod.) měsíčně dělá 6 000 Kč a náklady na benzín pro automobil 2 000 Kč. Měsíčně tyto náklady celkem činí 23 500 Kč, což je za jeden rok 282 000 Kč.

Za zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za škodu, za pojištění majetku, pojištění automobilu, povinné ručení automobilu a dálniční známku ročně zaplatíme celkem 13 700 Kč. Z toho je 3x400 Kč za zákonné pojištění, 2 500 Kč za pojištění zboží a 10 000 Kč tvoří výše zmíněné náklady na automobil.

Dále platíme ještě internetovou doménu a webhosting (1 000 Kč ročně).

Náklady na marketing činí 135 000 Kč.

Celkové náklady za první rok bez variabilních nákladů na nákup zboží vyčíslujeme na 1 572 924 Kč.

Příjmy a variabilní náklady v prvním roce provozu

Zdrojem našich příjmů jsou platby zákazníků za objednávky.

Předpokládáme, že v prvním roce provozu naše reklama osloví zhruba 30 000 osob a z toho 2 000 osob u nás zakoupí nějaké zboží. Z výzkumu vyplývá, že každá taková osoba u nás vytvoří během roku v průměru dvě objednávky, každou ve výši 500 Kč [8].

Dále předpokládáme, že 200 dalších osob se o našem internetovém obchodě dozví jiným způsobem. Každá taková osoba provede v průměru rovněž dvě objednávky ve výši 500 Kč.

Za první rok tedy budeme disponovat příjmy ve výši 2 200 000 Kč. Variabilní náklady na nákup zboží v takovém případě budou 880 000 Kč.

Očekáváme tedy ztrátu ve výši 253 tis. Kč, která bude kryta z rezervy na účtu společnosti

Příjmy a variabilní náklady v dalších letech provozu

Věříme, že zákazníci, kteří u nás nakoupili v prvním roce provozu, budou s našimi službami spokojeni a budou realizovat objednávky i v dalších letech. Dále předpokládáme, že díky dobrým recenzím a další marketingové kampani oslovíme i nové zákazníky.

Ve druhém roce předpokládáme, že počet zákazníků vzroste na 3 000 a každý vytvoří rovněž v průměru dvě objednávky v hodnotě 500 Kč.

Výše příjmů bude tedy 3 000 000 a výše variabilních nákladů 1 200 000. Výše fixních nákladů se bude kromě nákladů na marketing shodovat s prvním rokem provozu. Čistý zisk bude tedy činit 260 882 Kč.

Ve třetím roce předpokládáme již 3 500 zákazníků.

Výše příjmů bude činit 3 500 000 Kč a variabilní náklady budou tedy 1 400 000 Kč. Předpokládáme přijetí dalšího zaměstnance vyřizujícího objednávky. Roční mzdové náklady se tedy zvýší o 225 096 Kč a náklady na provoz také porostou. Předpokládaný čistý zisk je 306 650 Kč.

Ve čtvrtém roce předpokládáme, že od spuštění obchodu oslovíme téměř každého potenciálního zákazníka (tedy kuchaře a cizince) alespoň jednou. Dle údajů Českého statistického úřadu k 31. 12. 2014 [9] je v České republice přibližně 4 000 000 osob ve věku od 20 do 45 let. Podle průzkumu 15% osob ve věku 20 až 45 let vaří několikrát do roka nějaké zahraniční speciality. Předpokládáme, že u nás nakoupí jeden takový kuchař ze dvou set (opět 2x ročně po 500 Kč). To by znamenalo 3 000 zákazníků a 6 000 objednávek za čtvrtý rok.

Dále dle údajů ministerstva vnitra [10] na území České republiky žije 450 000 cizinců s trvalým či dlouhodobým pobytem. Velké procento cizinců si ovšem nechává posílat suroviny ze země svého původu, či si je dováží sami. Za předpokladu, že si každý pětý stý cizinec zakoupí v našem obchodě dvakrát ročně zboží, musíme připočítat dalších 1 800 objednávek.

Celkem ve čtvrtém roce předpokládáme tedy 7 800 objednávek ve výši 500 Kč. Toto považujeme za maximální udržitelný počet objednávek ročně. Příjmy tedy budou ve výši 3 900 000 Kč a variabilní náklady 1 560 000 Kč. Čistý zisk bude 501 050 Kč.

V pátém roce očekáváme příjmy ve stejné výši jako v roce čtvrtém. Ovšem po splacení úvěru se náklady sníží a zisk před zdaněním se zvýší o zhruba 192 500 Kč ročně. Čistý zisk se zvýší o 156 000 Kč, tedy na 656 997 Kč.

Výkaz zisku a ztráty

Všechny částky jsou uvedeny v Kč.

	První rok (1. 4. 2016- 31. 3. 2017)	Druhý rok (1. 4. 2017- 31. 3. 2018)	Třetí rok (1. 4. 2018- 31. 3. 2019)	Čtvrtý rok (1. 4. 2019- 31. 3. 2020)	Pátý rok (1. 4. 2020- 31. 3. 2021)
Mzdové náklady	948 696	948 696	1 173 792	1 173 792	1 173 792
Splátka úvěru	192 528	192 528	192 528	192 528	0
Nájem a energie	282 000	282 000	300 000	300 000	300 000
Marketing	135 000	40 000	40 000	40 000	40 000
Další fixní náklady	14 700	14 700	15 100	15 100	15 100
Celkové fixní náklady	1 572 924	1 477 924	1 721 420	1 721 420	1 528 892
Variabilní náklady	880 000	1 200 000	1 400 000	1 560 000	1 560 000
Příjmy	2 200 000	3 000 000	3 500 000	3 900 000	3 900 000
Zisk před zdaněním	-252 924	322 076	378 580	618 580	811 108
Daň (19%)		61 194	71 930	117 530	154 110
Čistý zisk		260 882	306 650	501 050	656 997

SWOT analýza

<p>SILNÉ STRÁNKY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Široký a kvalitní sortiment • Nízké ceny • Vlastní sklad • Možnost osobního vyzvednutí • Dobrá znalost trhu • Výborný marketing • Hezký design a logické členění obchodu • Výhradní zastoupení firem • Vysoký podíl vlastního kapitálu 	<p>SLABÉ STRÁNKY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skladové zásoby • Kontakty na dodavatele • Závislost na dodavatelích • Příjmy závislé na prodeji zboží
<p>PŘÍLEŽITOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Malá konkurence • Sílící trend domácího vaření • Zájem o mezinárodní potraviny • Rostoucí turismus a množství cizinců • Expanze i do okolních států • Trend globalizace 	<p>HROZBY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nový konkurenční prodejce • Živelné katastrofy • Krádeže

Plně si uvědomujeme hrozby spojené s našimi záměry, a proto jsme se rozhodli pojistit majetek proti krádeži a živelným katastrofám. Tím eliminujeme naše riziko.

Mezi naše největší příležitosti patří sílící zájem českých občanů o mezinárodní potraviny a domácí vaření, jak již bylo ukázáno dříve. Dále vidíme příležitost v rostoucím počtu cizinců přijíždějících na delší dobu do Čech.

Mezi naše slabé stránky patří skladové zásoby. Potraviny mají jen omezenou dobu trvanlivosti a hrozí, že se neprodané kusy zkaží. Takovému scénáři ovšem hodláme předejít tak, že pokud bude nějaké zboží na skladě zbývat, budeme ho prodávat dočasně za zlevněnou cenu. Očekáváme, že se zásoby tohoto zboží prodají rychleji. Pokud by ani v tomto případě nebyl dostatečný zájem, budeme zákazníkům takové zboží dávat jako dárek k nákupu.

Za další slabinu bychom mohli považovat nutnost navázat kontakt s dodavateli. S klíčovými dodavateli jsme již ovšem podepsali dohody o obchodním či výhradním zastoupení a riziko jsme tím eliminovali.

Naše příjmy jsou závislé pouze na prodeji zboží. To je u internetových obchodů běžné a nelze se tomu vyhnout.

Za naše největší silné stránky považujeme široký a kvalitní sortiment a nízké ceny. Vše, co nabízíme, máme fyzicky na našem skladě a zákazník tedy nemusí čekat, až k nám zboží přijde od dodavatele. Tím se podstatně zkrátí doba doručení objednávek zákazníkům. Zákazník má také možnost si zboží vyzvednout osobně, což dnes preferuje nemalé procento osob [11].

Závěr

V tomto podnikatelském plánu jsme představili náš záměr spustit na českém trhu jedinečný internetový obchod. Spuštění je plánováno na duben roku 2016.

Věříme, že se nám podaří využít mezery na trhu a doufáme, že jsme dostatečně doložili perspektivnost této služby a ukázali, že v dnešní době je zájem Čechů o vaření a o mezinárodní potraviny velký. Poptávka je dostatečná a nemáme žádnou přímou konkurenci. Věříme, že naší největší výhodou bude široký sortiment a nízké ceny.

Od druhého roku budeme generovat kladný zisk, který se během dalších let bude zvyšovat. Úvěr tak bez problémů splatíme do čtyř let. Díky nahromaděnému kapitálu budeme schopni i nadále vylepšovat své služby a reagovat na požadavky zákazníků.

Zdroje

- [1] http://bydleni.idnes.cz/vyzkum-ikea-jak-se-vari-v-cesku-dzz-/kuchyne.aspx?c=A150906_215351_kuchyne_rez
- [2] <https://support.google.com/adwords/answer/1704424?hl=cs>
- [3] <https://cs-cz.facebook.com/business/help/214319341922580>
- [4] http://burda.cz/sites/default/files/attachments/lifestyle_cz.pdf
- [5] <https://www.mf.cz/produkty/f-o-o-d/inzerce/>
- [6] <http://www.astrosatmedia.cz/media/attachments/2015/11/26/cenik-gurmet-2016.pdf>
- [7] <http://www.inetprint.cz>
- [8] <http://www.financninoviny.cz/zpravy/cesi-loni-na-internetu-utratali-za-potravinu-tri-mld-kc/1172052>
- [9] <https://www.czso.cz/documents/10180/20555901/1300641507.xlsx/7368c6e4-b2c1-4eda-9746-98509c739d32?version=1.3>
- [10] <http://www.mvcr.cz/clanek/cizinci-s-povolenym-pobytem.aspx>
- [11] <http://logistika.ihned.cz/c1-62384210-pruzkum-zakaznici-e-shopu-pozaduji-moznost-doruceni-i-samostatny-odber-o-vikendech>