

Lucia Tibenska, 390928

**PROJEKT  
BAKALÁRSKEJ  
PRÁCE**

Téma bakalárskej práce

Tvorba  
podnikateľského  
plánu.

# Predmet bakalárskej práce

Predmetom bakalárskej práce je návrh podnikateľského plánu – čajovne so spoločenskými hrami – a využiť priestor na trhu vytvorením malého podniku pre spoločenské vyžitie.

# Cieľ bakalárskej práce

Na základe popisu podniku, exekutívneho súhrnu a personálneho zabezpečenia; podporeného analýzou služby, trhu, prostredia a finančnou analýzou navrhnuť vhodný podnikateľský zámer a stanoviť doporučenia vedúce k jeho realizácii.

# Hypotéza č. 1

Netradičný koncept čajovne s možnosťou zahrať si rôzne spoločenské hry bude konkurencieschopný v rámci mesta Bratislava.

Vzhľadom na to, že predmetom bakalárskej práce je tvorba podnikateľského plánu, a teda podnik zatiaľ reálne neexistuje, nebude možné hypotézu overiť analýzou dát zhromaždených z predchádzajúceho fungovania podniku. Hypotézu budem overovať len v rámci vypracovavaného podnikateľského plánu.

Metódy: SWOT analýza, Porterova analýza konkurenčných síl, SLEPT analýza

# Hypotéza č. 2

Podnikateľský zámer čajovne so spoločenskými hrami je finančne udržateľný a podnik začne generovať zisk do troch rokov od svojho vzniku.

Predikcia nákladov a výnosov bude stanovená na základe predpokladov a vývojových trendov. Keďže pôjde o odhad jednotlivých položiek, tak kvôli väčšej presnosti vytvorím tri varianty výšky peňažných tokov – optimistickú, realistickú (strednú cestu) a pesimistickú.

Metódy: finančný plán, finančná analýza

# Hypotéza č. 3

Vrámci cieľovej skupiny by novú čajovňu navštívilo aspoň 30% obyvateľov mesta Bratislava.

Za cieľovú skupinu považujem mladých ľudí vo veku 12 – 21 rokov. Na túto skupinu bude zároveň namierená marketingová kampaň s cieľom prilákať zákazníkov práve v tomto veku.

Metódy: dotazníkové šetrenie, marketingový plán

# Zdroje

- KOTLER, Philip a TRIAS DE BES, Fernando . *Inovativní marketing: jak kreativním myšlením vítězit u zákazníků*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 199 s. ISBN 80-247-0921-X.
- KORÁB, Vojtěch, PETERKA, Jiří a REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. vyd. Praha: Grada, 1999. 214 s. ISBN 80-7169-812-1.
- SRPOVÁ, Jitka a kol. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.
- KEŘKOVSKÝ, Miloslav a VYKYPĚL, Oldřich. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2002. 172 s. ISBN 80-7179-578-X.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. 1. vyd. V Praze: Vysoká škola ekonomická, 2005. 209 s. ISBN 80-245-0902-4.
- WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 157 s. ISBN: 80-7261-075-9.
- VEBER, Jaromír a SRPOVÁ, Jitka. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. vyd. Praha: Grada, 2012. 332 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- GRASSEOVÁ, Monika, DUBEC Radek a ŘEHÁK David. *Analýza podniku v rukou manažera: 33 nejpoužívanějších metod strategického řízení*. 2. vyd. Brno: BizBooks, 2012. 325 s. ISBN 978-80-265-0032-2.