

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra ekonomických studií

**Podnikatelský záměr – založení rodinného
penzionu**

bakalářská práce

Autor práce: Veronika Marková

Vedoucí práce: Ing. Martina Kuncová, Ph.D.

Jihlava 2019



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava



ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce:	Veronika Marková
Studijní program:	Ekonomika a management
Obor:	Finance a řízení
Název práce:	Podnikatelský záměr – založení rodinného penzionu
Cíl práce:	Cílem bakalářské práce je vypracování uceleného podnikatelského plánu pro vybudování rodinného penzionu ve Velkých Bílovicích. Na základě odhadu finančních výsledků, které majiteli objasní situaci, bude doporučeno, zda projekt realizovat svépomocí či oslovit jiné subjekty pro získání finanční výpomoci. Plán zahrnující i hodnocení udržitelnosti by měl sloužit majiteli pro utřídění všech myšlenek a nápadů, kam směřovat při provozování ubytovacího zařízení, aby byl schopen z výdělku pokrýt všechny náklady a zisk mohl investovat do zkvalitňování nebo rozšiřování poskytovaných služeb penzionu.


Ing. Martina Kuncová, Ph.D.
vedoucí bakalářské práce


Ing. Martina Kuncová, Ph.D.
vedoucí katedry
Katedra ekonomických studií

Abstrakt

Bakalářská práce je zaměřena na sestavení podnikatelského plánu pro založení malého rodinného penzionu. V první části bakalářské práce jsou vysvětleny klíčové pojmy a fakta související s vybudováním podniku, je definována stavba podnikatelského plánu s jeho náležitostmi. Druhá část je věnována analýze odvětví a strategii podniku, na kterou navazuje třetí část, ve které je prakticky sestaven podnikatelský plán penzionu.

Klíčová slova

Podnikatelský plán; SWOT analýza; založení penzionu; marketingový mix; finanční plán.

Abstract

Bachelor these is focused on creating a business plan for establishing a small family guesthouse. In the first part of thesis are explained the key concepts and facts related to building a business, defined the structure of a business plan with its essentials. The second part is devoted to the analysis of the company and the strategy of the company, which is followed by the third part, in which the business plan of the pension is put together.

Key words

Business plan; SWOT analysis; setting up a guesthouse; marketing mix; financial plan.

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v knihovně VŠPJ a s jejím užitím k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě VŠPJ.

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje AZ, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 6. května 2019

.....
Podpis studenta/ky

Poděkování

Děkuji vedoucí mé bakalářské práce Ing. Martině Kuncové, Ph.D. za její odborné připomínky a cenné rady. Dále bych poděkovala své rodině, která mě v průběhu studia a psaní bakalářské práce podporovala.

Obsah

1	Teoretická část	11
1.1	Definování pojmu podnikání, podnik a podnikatel.....	11
1.2	Podnikání podle právních forem	12
1.3	Podnikatelský plán	14
1.4	Struktura podnikatelského plánu.....	14
1.4.1	Titulní strana	16
1.4.2	Exekutivní souhrn	16
1.4.3	Analýza odvětví	16
1.4.4	Popis podniku	18
1.4.5	Marketingový plán.....	18
1.4.6	Organizační plán	20
1.4.7	Hodnocení rizik.....	20
1.4.8	Finanční plán.....	21
2	Analýza problému a současné situace	23
2.1	Analýza trhu	23
2.1.1	Popis města Velké Bílovice	23
2.2	Porterův model konkurenčního prostředí.....	24
2.2.1	Síla odběratelů	24
2.2.2	Síla dodavatelů.....	24
2.2.3	Konkurenti v odvětví	24
2.2.4	Hrozba vstupu nových konkurentů na trh.....	25
2.2.5	Hrozba substitutů	26
2.3	SWOT analýza	26
2.3.1	Slabé stránky.....	26
2.3.2	Silné stránky	27
2.3.3	Hrozby	27
2.3.4	Příležitosti	27
2.3.5	Vyhodnocení SWOT analýzy	28
3	Praktická část	29
3.1	Titulní strana	29
3.2	Popis podniku.....	29
3.3	Poskytování služeb a jejich plán	31
3.4	Marketingový plán	31
3.4.1	Produkt.....	32
3.4.2	Cena	32

3.4.3	Propagace	32
3.4.4	Distribuce	33
3.5	Organizační plán	33
3.6	Finanční plán	33
3.6.1	Výdaje nutné k zahájení podnikatelské činnosti	34
3.6.2	Predikce tržeb	36
3.6.3	Odhad peněžních toků	39
3.6.4	Predikce příjmů a výdajů	41
3.7	Hodnocení rizik	42
Závěr		43
Seznam použité literatury		45
Seznam internetových zdrojů		46
Přílohy		47

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Vyhodnocení SWOT analýzy a tvorba strategie	28
Tabulka 2 - Náklady na propagaci	33
Tabulka 3 - Splácení dlouhodobého úvěru	34
Tabulka 4 - Plánované zřizovací výdaje v prvním roce provozování penzionu U Bobule	35
Tabulka 5 - Plánované provozní výdaje penzionu U Bobule	36
Tabulka 6 - Realistická varianta - predikce příjmů v jednotlivých měsících v roce 2020	37
Tabulka 7 - Optimistická varianta - predikce příjmů v jednotlivých měsících v roce 2020	37
Tabulka 8 - Pesimistická varianta - predikce příjmů v jednotlivých měsících v roce 2020	38
Tabulka 9 - Realistická varianta - predikce peněžních toků v jednotlivých měsících v roce 2018.....	40
Tabulka 10 - Predikce příjmů a výdajů na období 2020 – 2022.....	41
Tabulka 11 - Spotřeba elektřiny na 1 den	47
Tabulka 12 - Náklady na osobu na 1 den.....	48

Úvod

Každoročně, několikrát do roka navštěvuji s rodinou, s přáteli, se známými krásy jižní Moravy. Nejoblíbenější místa jsou okolí Mikulova, Pavlova a Velkých Bílovic. Je zde tolik krás – bílé skály, nekonečně dlouhé vinice, přecházející přes zelené kopce, modré obzory a Novomlýnská jezera, u kterých se při západu slunce cítíte jako byste byli u Jadranu. Spolu se sklenkou dobrého vína od místního vinaře je to nepopsatelný zážitek.

Díky takovým momentům jsem si jižní Moravu velmi oblíbila. Velkým přáním je koupě a pronájem vinného sklepa s ubytováním, proto nad tématem závěrečné práce nebylo potřeba dlouho přemýšlet.

Sklípek, který je na prodej se nachází v okrajové části Belegřady, v uličce Rulandová hned vedle Hlavní ulice obce Velké Bílovice. I když je kolem mnoho sklepů s ubytováním, věřím, že zájemců nebude málo. Jižní Moravu prokazatelně navštěvuje více cestovatelů, ojediněle se najde volné ubytování mimo sezónu, když se někdo rozhodne pro krátký odpočinek na poslední chvíli, v hlavní sezóně není šance.

Oblasti Pálavy, Lednicko-valtického areálu, Slovácka jsou protkány nekonečně dlouhými nenáročnými cyklostezkami, turistickými trasami, kde každý najde to pravé. Díky teplejšímu podnebí, které zde panuje, je v tomto regionu delší cyklistická, turistická sezóna. Velké Bílovice patří mezi vyhledávané turistické místo pro aktivní odpočinek, okolí nabízí mnoho zajímavých míst, která rozhodně stojí za návštěvu.

Největší vinařská obec Velké Bílovice pořádá několikrát do roka velké oslavy vína. Novou sezónu startuje tradiční putování za vínem s názvem Ze sklepa do sklepa, kdy v jeden den, více než 50 místních vinařů otevře dveře sklepů pro milovníky vína za doprovodu cimbálové muziky a stánků s tradičními pokrmy. V průběhu celého léta probíhá akce Za vinařem do Velkých Bílovic, na zářij se připravují Tradiční krojované hody, což je největší lidová slavnost za účasti minimálně 50 párů, oblečených v nádherných, ručně vyšíváných krojích. Zakončení sezóny uzavírá Svatomartinská slavnost na Púrynkách, příjezd sv. Martina na bílém koni, ochutnávka mladých a Svatomartinských vín, cimbálová muzika a tisíce návštěvníků, kteří si nenechají utéct krásný zážitek.

Cíl práce

Cílem bakalářské práce je vypracování uceleného podnikatelského plánu pro vybudování rodinného penzionu ve Velkých Bílovicích. Na základě odhadu finančních výsledků, které majiteli objasní situaci, bude doporučeno, zda projekt realizovat svépomocí či oslovit jiné subjekty pro získání finanční výpomoci. Plán zahrnující i hodnocení udržitelnosti by měl sloužit majiteli pro utřídění všech myšlenek a nápadů, kam směřovat při provozování ubytovacího zařízení, aby byl schopen z výdělku pokrýt všechny náklady a zisk mohl investovat do zkvalitňování nebo rozšiřování poskytovaných služeb penzionu.

1 Teoretická část

Teoretický základ slouží k vysvětlení základních pojmů týkajících se podnikání, jež jsou zásadní pro vypracování praktické části bakalářské práce.

1.1 Definování pojmu podnikání, podnik a podnikatel

Podnikání

Podnikání na vlastní jméno, vlastní odpovědnost, vykonáváno samostatně a soustavně za jedním jediným cílem a to je dopracování se k zisku. Tato definice je všeobecně známá z obchodního rejstříku.

Na podnikání můžeme dále nahlížet z ekonomického a psychologického hlediska:

- Ekonomické pojetí – navýšení primární hodnoty je dosaženo při začlenění hospodářských zdrojů. [1]
- Lidé, kteří podnikají, vidí hlubší význam v této činnosti, mají snahu postavit se na vlastní nohy, splnit si to, co zaměstnaný člověk nemůže. Dělat naplňující práci s radostí, být pánem svého času, ovlivnit výši příjmu, stát se nezávislým, seberealizovat se a získat cenné zkušenosti. Toto celé je psychologický efekt. [1]

Existuje i jiný popis: „Podnikání – proces tvoření něčeho jiného, na co je zapotřebí vynaložit úsilí, čas, převzít společenská a finanční rizika a v závěru získat peněžní odměnu společně s osobním uspokojením.“ [5]

Podnik

Veber, Srpová a kol. (2012) definují podnik jako subjekt uskutečňující ekonomickou aktivitu, aniž by se poukazovalo na právní formu. Mezi subjekty najdeme, rodinné podniky provádějící řemeslné práce, ekonomicky aktivní sdružení a obchodní společnosti.

Pro účely obchodního zákona (Zákon č. 90/2012 Sb., dále jen zákon o obchodních korporacích) se podnikem rozumí soubor osobních, hmotných i nehmotných prvků podnikání. S podnikem jsou spojeny práva, majetkové hodnoty a jiné věci, které vlastní podnikatel a slouží k provozování firmy. [10]

Podnikatel

V občanském zákoníku (Zákon č. 89/2012 Sb., dále jen občanský zákoník) je podnikatel definován jako osoba, která samostatně a soustavně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost, na základě živnostenského nebo obdobného způsobu za účelem dosažení zisku.

Jiná definice podnikatele vystihuje jako jedince, který umí rozeznat šanci, zužitkovat prostředky a zdroje k dopracování vytyčených cílů.

Z obou popisů vychází podnikatel jako persona pracující sama pro sebe.

1.2 Podnikání podle právních forem

Každý, kdo se rozhodne podnikat, stojí před volbou, jakou právní formu podnikání zvolit. Při rozhodování působí mnoho faktorů, tj. výše počátečního kapitálu, ručení za závazky související s podnikatelskou činností, administrativní náročnost, počet účastníků podnikání a jiné.

Obchodní společnosti

Jsou právnické osoby vytvořené se záměrem podnikat dle zákona o obchodních korporacích. Mezi ně se řadí veřejná obchodní společnost, komanditní společnost, společnost s ručením omezeným a akciová společnost.

Veřejná obchodní společnost

Podmínkou jsou alespoň dvě podnikající osoby pod společnou firmou, které ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně celým svým majetkem. [10]

Komanditní společnost

Jedná se o společnost smíšeného typu, která má minimálně dva společníky odlišného typu. Jeden nebo více společníků má ze zákona vkladovou povinnost a ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu (komanditisté) a jeden nebo více společníků nemá žádnou povinnost vkladu, ale ručí celým svým majetkem (komplementáři). [10]

Společnost s ručením omezeným

Jedná se o nejrozšířenější formu podnikání právnických osob. Základní kapitál tvoří vklady společníků. Společníci ručí za závazky společnosti ve výši nesplacených vkladů, dokud není splacení vkladů v plné výši společníky realizováno a zapsáno v obchodním rejstříku. Společnost ručí celým svým majetkem. Založena může být jednou osobou, nejvíce však 50 společníky.

Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, statutárním orgánem společnosti jsou jednatelé, které jmenuje valná hromada. Na základě ustanovení společenské smlouvy lze stanovit dozorčí radu. [10]

Akciová společnost

Řadí se mezi nejstarší kapitálové právní formy. Díky své náročnosti se mezi malými a středními podniky často nevyskytuje. Obchodní zákoník vymezuje akciovou společnost jako instituci, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o stanovené jmenovité hodnotě. Společnost zodpovídá za závazky celým svým majetkem. [10]

Družstvo

Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob založené za účelem zajišťování hospodářských, sociálních či jiných potřeb svých členů nebo podnikání. Podle obchodního zákoníku musí družstvo založit alespoň pět členů. Toto tvrzení neplatí v případě, že družstvo založení alespoň dvě právnické osoby. Družstvo ručí celým svým majetkem, členové nikoliv. [10]

Živnost

Živností se rozumí soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených živnostenským zákonem (Zákon č. 455/1991 Sb., Zákon o živnostenském podnikání, dále jen živnostenský zákon). Živnostenský zákon rozděluje živnosti do dvou okruhů, podle požadavků na odbornou způsobilost ohlašovací a koncesované.

K provozování koncesované živnosti je potřeba zvláštního oprávnění, koncese. Stát má zájem regulovat tyto živnosti, jelikož mohou mít negativní dopad pro společnost. Mezi koncesované živnosti se řadí výzkum, vývoj, výroba, nákup, prodej a skladování

výbušnin a munice a provádění trhacích prací, provozování střelnic, výuka střelby se zbraní, ostraha majetku a osob, výroba a zpracování paliv a maziv a distribuce pohonných hmot, směnářská činnost. Podmínky založení a celý registr koncesovaných živností je uveden v živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb., Hlava II § 26.

Živnosti ohlašovací mohou být provozovány při splnění stanovených všeobecných a v určitých případech i zvláštních podmínek na základě ohlášení na živnostenském úřadě. Dělí se na řemeslné, vázané – tyto živnosti lze provozovat až poté, co bude splněna podmínka potřebného vzdělání a určitá délka praxe. Volné vyžadují splnění všeobecných podmínek. V živnostenském zákoně lze dohledat dílčí skupiny živností spolu s náplní a odbornou způsobilostí.

1.3 Podnikatelský plán

Při zahájení podnikání, vývoji života podniku, v případě pádu podniku nebo jeho prodeji je nutné plánování. Plánování je nikdy nekončící proces, který nás doprovází v každodenním životě. [5]

Koráb, Peterka, Režňáková (2007) přirovnávají podnikatelský plán k situační mapě a samotný proces plánování ke čtení v mapě. Rozhodnutí, kde se nacházíme, výběr cílového bodu a následné plánování cesty, prostředků jakými se přiblížíme k cíli. Na výběr máme dvě varianty. První cílový bod je sice s větším rizikem, zato kratší a rychlejší. Druhý je pomalejší ale zatížený podstatně méně. Důležité rozhodnutí leží na našich bedrech, jaké prostředky zvolíme k dopracování cíle, kolik finančních injekcí bude zapotřebí. Zdali si vybereme jít po svých nebo svižné auto.

Základním pilířem rozběhnutí či vedení vlastního podnikání a současně specifickým vnitřním spisem je podnikatelský plán.

1.4 Struktura podnikatelského plánu

V případě, že se rozhodneme podnikatelskou ideu přivést k životu, musíme si ověřit její uskutečnitelnost. Existuje mnoho důvodů, proč by měl budoucí podnikatel vytvořit podnikatelský plán. Řadí se mezi ně získání a celková nutnost finančních prostředků, hledání společníka a kontaktování obchodních partnerů. [6]

Pro podnikatele je samotný proces sestavování podnikatelského plánu užitečný. Podnikatel má příležitost ujasnit si jednotlivé kroky, jakým způsobem osloví klienty, kde nabídne službu/ produkt, jak mocná je konkurence, jakým stylem se od ní odliší aj. Za pomoci podnikatelského plánu je podnikatel schopný zodpovědět klíčové otázky: V jakém bodě se právě nachází? Kam by se chtěl dostat? Jak dosáhnout cíle? [6]

Definice Orlíka (2011): *„Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů.“*

Podnikatelský plán a jeho obsah jsou individuální záležitostí. Rozsah a struktura se liší dle nároků banky nebo investora. Vypracovat podnikatelský plán v podobě prezentace, v programu MS PowerPoint či Prezi je přáním většiny investorů. Z jednoho prostého důvodu a tím je málo času. Naproti tomu banka může požadovat sadu dalších podkladů. Pevná struktura podnikatelského plánu neexistuje, je pouze mnoho podob, se kterými se může podnikatel střetnout. [6]

Klíčové body podnikatelského plánu:

- Titulní strana
- Exekutivní souhrn
- Analýza odvětví
- Porterův model konkurenčního prostředí
- SWOT analýza
- Popis podniku
- Marketingový plán
- Organizační plán
- Hodnocení rizik
- Finanční plán

1.4.1 Titulní strana

Titulní strana znázorňuje stručný výklad hlavní myšlenky podnikatelského plánu. Zahrnuje fakta jako název a sídlo podniku, jména podnikatelů s jejich kontaktními údaji, charakteristiku společnosti, druh financování s jeho složením. [5]

1.4.2 Exekutivní souhrn

Exekutivní souhrn lze chápat jako resumé podnikatelského plánu. Souhrn se vypracovává až po kompletaci celého podnikatelského plánu, ale umístěn by měl být na začátku plánu. Misí exekutivního souhrnu je vyvolat zájem eventuálních investorů, čtenářů, aby nadále pokračovali ve čtení. Z tohoto důvodu je podstatné, aby byl plán stručný, výstižný a především zajímavý. [5]

1.4.3 Analýza odvětví

Tento úsek zohledňuje řadu činitelů. Začleňuje se sem analýza konkurenčního prostředí, ve které jsou zaznamenáni podstatní konkurenti společně s jejich silnými a slabými stránkami. Tržní úspěch mohou také z části nepříznivě ovlivnit již zmínění konkurenti. Historické výsledky a vývojové trendy je zapotřebí detailněji zkoumat, aby podnikatele v budoucnu nepřekvapily. Dalším důležitým bodem je zaškutlování zákazníků, aby podnik dokázal určit “svůj” cílový trh. [6]

Porterův model konkurenčního prostředí

Analytickým prostředkem strategie je porterův model pěti konkurenčních sil. Tvůrce Michael E. Porter se v tomto modelu orientoval na sílu, kterou má konkurence vybraném oboru. Ziskovost oboru, místo pro rozvoj, potenciál zjistíme prostřednictvím střetu pěti konkurenčních sil. [13]

SWOT analýza

SWOT analýza je podstatným bodem pro určení strategie podniku a jeho rozvoji. Mapuje podstatné silné stránky (Strengths), slabiny (Weaknesses) příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). SWOT sestává ze dvou analýz. Analýza SW zkoumá vnitřní prostředí, jež může společnost sama sledovat a usměrňovat. OT analýza studuje externí prostředí podniku, které společnost zvládne ovlivnit pouze stěží nebo vůbec. Pro společnost to znamená se do určité míry dokázat přizpůsobit. [7]

Analýza interního prostředí

Interní hodnota firmy souvisí s analýzou slabých a silných stránek. Vnitřními činiteli podniku je efektivita procesů, motivace, výkon zaměstnanců a systémy logistiky. Podnik zvládne změřit slabé a silné stránky skrze interní hodnotící procesy nebo benchmarking.

Analýza externího prostředí

Na externí prostředí firmy mají moc příležitosti a hrozby, které samotný podnik nedokáže mít pod kontrolou. Na základě tohoto faktu je podnik alespoň schopný rozpoznat externí vlivy vhodnou analýzou politických, ekonomických, sociálních, technických, legislativních a demografických faktorů.

Formulace cílů

Poté, co si podnik zpracuje SWOT analýzu, může přistoupit ke stanovení cílů neboli rozvinout jednotlivé cíle pro stanovenou sezónu. Co se týká kvantifikace a časového rozvržení je zapotřebí cíle konkretizovat. Často podniky dohlízejí na propojení cílů (nárůst tržního podílu a tržeb, ziskovost, pověst, snížení rizika). [7] Čtyři kritéria pro cíle:

1. Hierarchicky uspořádané od nejdůležitějších po nejméně důležité
2. Kvantifikovatelné
3. Realistické
4. Konzistentní

Formulace strategie

Pro všechny podniky je důležité stanovit vlastní cíle a provádět pravidelné revize na základě plnění vytyčených cílů. Pro snadnější dosažení cílů musí existovat strategie. Součástí formulace strategie jsou Porterovy strategie. [7]

Porterovy strategie

Michael Porter (2013) definoval tři univerzální strategie, jež pomáhají uvažovat strategicky.

Celková eliminace nákladů. Velmi důležitým bodem pro podnik je snaha, co nejvíce snížit produkční a prodejní náklady za cílem nastavit ceny v takové výši, aby byly pod úrovní konkurence a podnik ovládl trh.

Diferenciace. Podnik zakládá na originalitě produktu (služby) či na jeho senzitivní a vytvořené image. Klíčem zdárné koncepce je důkladná znalost zákazníka, jeho potřeb a předpoklad, že bude ochoten zaplatit vyšší cenu za přidanou hodnotu produktu (služby). Součástí koncepce je povědomí o konkurenci, která má velkou snahu kopírovat produkty.

Zaměření. Podnik se koncentruje na jeden nebo více omezených klíčových částí trhu, jež musí kompletně poznat a dosáhnout náskoku diferenciací či eliminací nákladů. [7]

1.4.4 Popis podniku

V této kapitole popisujeme podrobněji vznikající podnik a vysvětlujeme jeho strategii, cíle a cesty k jejich dosažení. Potenciální investor, obchodní partner, samotný zřizovatel si podle popisu může představit velikost podniku, nabízené služby a jeho situování. [5]

Výchozí složky v této části podnikatelského plánu jsou:

- Vize a mise podniku
- Lokalita podniku
- Organizační schéma
- Popis produktu (služba, výrobek)

Primárním krokem úspěšné orientace a rozmachu podniku je přesné stanovení dlouhodobých cílů neboli vytvoření vize a mise. Mise jinými slovy poslání vysvětluje hlavní úlohu podniku a jeho aktivity, obvykle odpovídá na otázku „kdo jsme a o co se snažíme“. Vize sumarizuje to, čím se touží podnik stát v dlouhodobém horizontu. [9]

1.4.5 Marketingový plán

Jednou z podstatných částí podnikatelského plánu je marketingový plán podniku, který ukazuje směr a způsob, jak se podnik ukáže na trhu a čím překoná konkurenci. V literatuře se můžeme setkat i s pojmem strategický plán, který je obdobou

marketingového plánu. Plán by měl přihlídnout k rozdílnému marketingu v období, kdy podnik vstupuje na trh a marketingu v etapě zdařilého chodu podniku.

Marketingový plán je vhodné vypracovat i pro racionální představu budoucího rozvoje služeb podniku. Všeobecně platí využít vlastní „drzost“ a originalitu vlastníků.

Obsahem marketingového plánu je získávání, analýza a hodnocení informací o trhu, začlenění různých faktorů, například poptávka a konkurence, potřeby a chování zákazníků, marketingové nástroje. [2]

Podle Srpové, Režňákové, Peterky (2011) by se měli podnikatelé při plánování marketingové strategie řídit marketingovým mixem neboli 4P marketingu. Marketingový mix je pro skupinu malých a středních podniků lehce uchopitelný. Jde o základní skupinu složek, výrobek, cena, podpora prodeje a distribuce, které tvoří marketingový mix a jsou na sobě vzájemně závislé.

Spojením počátečních písmen anglických slov vzniklo označení 4P:

- **Product** = Produkt
- **Price** = Cena
- **Place** = Distribuce
- **Promotion** = Propagace

Marketingový mix je hlubší analýza a resumé jakou službu/ produkt nabídneme na trhu, jakou prodejní cenu požadujeme s ohledem na náklady, konkurenci a cíle, jakým způsobem nabídneme službu a podpoříme prodej.

Produkt

Zákazník uspokojuje své potřeby a přání prostřednictvím produktu. Marketing rozeznává tři úrovně produktu, tj. jádro produktu, skutečný produkt a rozšířený produkt. Produkt je schopen nabídnout zákazníkům určitou hodnotu, užitek tomu se říká jádro neboli první úroveň. Střední vrstvu či skutečný výrobek chápou zákazníci jako stupeň kvality, design výrobku, produktu, služby a formu, funkčnost obalu. Třetí vrstvu jinak řečeno rozšířený výrobek chápe zákazník jako výhodu. Standardně to má spojitost se službami (dopravní servis, poradenství, záruka, instalace) nakoupeného výrobku. Tato poslední vrstva, má za úkol ovlivňovat spokojenost zákazníka z koupě. [3]

Cena

Před začátkem podnikání je určení ceny jedna z nejobtížnějších fází. Výše nákladů na službu/ produkt, cenová elasticita, konkurenční cenová politika, platební podmínky, slevy, tyto všechny faktory se odrazí ve stanovené ceně. [3]

Distribuce

Pro zákazníka je optimální distribuce ve chvíli, kdy je snadno dosažitelný výrobek/ služba. Nejlepší metoda jak dodat produkt případně služby na předem dohodnuté místo, v dohodnutém množství, času a odpovídající kvalitě.

Propagace

Mezi širokou škálou aktivit marketingu je propagace klíčovou funkcí. Správně zvolená forma propagace má za úkol oslovit cílovou skupinu s informacemi o uvedeném produktu/ službě. Propagace se dělí:

- přímá – zacílení na konkrétního zákazníka letákem, e-mailem, telefonním rozhovorem.
- nepřímá – oslovuje celou skupinu potenciálních zákazníků s pomocí webových stránek, katalogů, letáků, seminářů a další. [3]

1.4.6 Organizační plán

Zde je vhodné popsat organizační schéma. V případě, že je podnik ve fázi zakládání, představí jeho vývoj dvě organizační schémata. První pro etapu rozběhu a druhé pro etapu, kdy budou všechna místa a funkce obsazeny. [1]

1.4.7 Hodnocení rizik

Všechny nově začínající společnosti se setkávají s konkrétními riziky. Pro podnikatele je důležité, aby rizika rozeznal a vytvořil si efektivní strategii s jednotlivými kroky k jejich zdolání. Závažná rizika mohou být důsledkem slabých stránek manažerského kolektivu, marketingu, technologického rozvoje či z odezvy konkurence. Případný investor potřebuje vědět, že podnikatel má přehled o rizicích a je připraven rizikům vzdorovat, pokud to bude nutné. [6]

1.4.8 Finanční plán

Zahájení podnikání skrývá spoustu úskalí. Existuje holá skutečnost v této fázi, že náklady podstatně převyšují výnosy. Vykazování ztráty na počátku podnikání není nic podivného. Ztrátu je však nutné korigovat a financovat. Během sestavování zakladatelského rozpočtu je nezbytné na to pamatovat. Eventuální rizika je možné minimalizovat přesným posouzením nezbytných peněžních prostředků a zajištěním potřebné výše pramenů financování. [1]

Finanční plán přenáší podnikatelský plán do finančních toků. Spojuje představy podnikatelů, manažerů s realitou. Zjišťuje opravdovost podnikatelského záměru a slouží jako podklad při jednání s investory, které zajímá výnosnost celého podnikání.[5]

V případě, že je vlastník, management natolik zdatný a má znalosti z podnikových financí je schopný modelovat varianty budoucího vývoje. Není-li tomu tak, nabízí se možnost využít pomoc externího poradce nebo speciální software. Např.: placený software EQUANTA, vhodný pro rozhodování o investičním úmyslu, plánování a controlling.

Prostřednictvím ukazatelů rentability zjistíme ekonomické zhodnocení. Ukazatelé umožňují měřit ziskovost kapitálu, aplikovaný k financování projektu, tzn. poměr využitých podnikových zdrojů s výší zisku.

Ukazatel rentability celkového kapitálu **ROA (Return on Assets)**

$$ROA = \frac{\text{Zisk po zdanění}}{\text{Celková aktiva}} \quad (1)$$

Zmíněný ukazatel vyjadřuje celkovou efektivnost společnosti. Jinými slovy hovoří o skutečnosti, jak efektivně umí podnik vytvořit zisk, aniž by bral ohled na to, z kterých pramenů byly aktivity dotovány. Můžeme o něm říci, že je to ukazatel hodnotící produktivitu manažerů v předcházejících letech. [14]

- Ukazatel rentability vlastního kapitálu **ROE (Return on Equity)**

$$ROE = \frac{\text{Zisk po zdanění}}{\text{Vlastní kapitál}} \quad (2)$$

ROE je známý jako ukazatel ziskovosti kapitálu investovaného majiteli společnosti, investory nebo akcionáři. Akcionáři, investoři se z výsledku ukazatele ROE dozvědí, zda je velikost výnosů dostatečná v poměru k investovanému kapitálu. [14]

- Ukazatel rentability tržeb **ROS (Return on Sales)**

$$ROS = \frac{\text{Zisk po zdanění}}{\text{Tržby}} \quad (3)$$

Ukazatel rentability tržeb zobrazuje procentuelní podíl výsledku hospodaření proti tržbám za prodej výrobků, zboží a služeb. [14]

Výnosy a náklady podniku

Penězi oceněné výstupy podniku představují výnosy, projevující se navýšením, přírůstkem aktiv nebo poklesem závazků.

Náklady podniku vyjadřují sumu peněžní hodnoty, která byla společností účelně vynaložena na získání výnosů, aniž by byla nutně spojena s hotovostním tokem v určitém období. [6]

Příjmy a výdaje podniku

Příjmy znamenají nárůst peněžních prostředků podniku za určité období. Peněžní výdaje znázorňují úbytek peněžních prostředků podniku za dané období. [15]

Zakladatelský rozpočet

Zpracování zakladatelského rozpočtu je neodmyslitelnou součástí přípravy založení podniku. Hlavní myšlenka spočívá ve specifikaci a kvantifikaci finančních zdrojů sloužících k úhradě všech prvotních výdajů, nákladů. Cílem podnikatele při sestavování rozpočtu je minimalizovat riziko neúspěchu podnikání již v začátku. [6]

2 Analýza problému a současné situace

Nedílnou součástí mé bakalářské práce je provést analýzu tržního prostředí, vnitřních a vnějších vlivů. Z výsledků analýz vzejde návrh vlastního podnikatelského záměru.

2.1 Analýza trhu

Zásadním cílem kteréhokoliv projektu je využít disponibilní zdroje nebo uspokojit poptávku. Velmi podstatná je analýza trhu. Z níž vyčteme primární parametry projektu potencionální úspěch. Pro všechny společnosti je důležité mít povědomí o svém okolí, zákaznících a konkurenci. Analyzovat počet konkurentů, jejich činnost, slabé a silné stránky. Zacílení na zákazníky – kde, kolik a jaké zvyky mají.

2.1.1 Popis města Velké Bílovice

Velké Bílovice jsou nedílnou součástí jižní Moravy s rozmanitým společenským životem. Mladá generace stálých obyvatel přispívá k udržování lidových tradic a pomáhá zachovat vysokou návštěvnost při kulturních akcích. Ne nadarmo si Velké Bílovice se čtyřmi tisíci obyvateli na ploše 2572 ha vysloužily označení: město lidových tradic, vína a ovoce. Znalí velkobílovičtí vinaři každoročně přilákají tisíce turistů. [16]

Západním směrem od Bílovic se nabízí pohled k Pavlovským vrchům. Velké Bílovice jsou proslulé zemědělstvím, jehož kořeny sahají do oblasti ovocnářství a vinařství. O pár kilometrů dál se rozprostírá nádherný Lednicko-valtický areál, zapsaný na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Množství parků, rybníků, historických budov řadí areál k nejrozsáhlejším ve střední Evropě.

Město disponuje mateřskou školkou, základní školou a základní uměleckou školou. Dále ve městě najdeme zdravotní středisko, městskou knihovnu, vlastivědné muzeum, kulturní dům a několik sportovních oddílů. Široká nabídka cyklistických tras, uchvacující krajina, nespočet historických památek, z toho lze usoudit, že si každý určitě přijde na to své.

2.2 Porterův model konkurenčního prostředí

Porterův model konkurenčního prostředí nám umožní analyzovat oborové okolí podniku, za účelem rozpoznat, které hrozby a příležitosti mohou ovlivnit nastávající vývoj penzionu.

2.2.1 Síla odběratelů

Naše malé ubytovací zařízení nebude zaměřeno pouze na určité skupiny klientů. Pohodlné ubytování chceme poskytnout všem klientům, kteří projeví zájem, ať už to budou skupinky mladých lidí, rodiny s dětmi nebo aktivní senioři.

V období duben až listopad jsou Velké Bílovice každoročně hojně navštěvované. Počet turistů sjíždějících se ze všech koutů Česka, aby se zúčastnili místních kulturních slavností, navštívili historické památky, poznali malebnou přírodu s nekonečně dlouhými vinicemi, rok od roku přibývá a stávající nabídka ubytování je nedostačující. Z tohoto a mnoha jiných důvodů jsme se rozhodli pro provozování malého penzionu, který svým klientům nabídne kvalitní služby a prostředí.

Naši klienti budou moci využívat zastřešenou letní zahrádku, která je vhodná pro chvíle relaxace během horkých dní, příjemně strávené večery s přáteli u sklenky vína nebo vinný sklípek, ve kterém budou probíhat ochutnávky vín s cimbálovou muzikou na objednání.

2.2.2 Síla dodavatelů

V našem penzionu prozatím nebudeme poskytovat snídani či jiné občerstvení, proto důležitost výběru dodavatelů není prvořadá. Pouze stanovíme dodavatele, kteří dodávají služby (elektrina, voda, plyn, vývoz jímky, internet aj.). Tyto dodavatele vybereme na základě vlastní empirie.

2.2.3 Konkurenti v odvětví

I přesto, že jsem si pro své podnikání vybrala místo, kde se dá najít ubytování na každém rohu, věřím, že náš malý rodinný penzion nebude mít nedostatek klientů.

Níže se věnuji popisování podniků, které představují pro náš penzion hlavní konkurenci, jelikož mají velmi podobnou ubytovací kapacitu, kvalitu ubytovacích služeb, cenovou nabídku a taktéž nabízejí příjemné posezení ve vlastním vinném sklípku.

Penzion a sklep U Františka

Konkurence mezi penziony ve Velkých Bílovicích je velká ale každý má své zákazníky. S jistotou mohu tvrdit, že našemu rodinnému penzionu konkuruje penzion a sklep U Františka, poskytující ubytování maximálně pro 13 osob ve třech třílůžkových pokojích a dvou dvoulůžkových pokojích. Penzion je vybaven třemi koupelnami se sprchou a WC a jedním samostatným WC. Plně vybavená kuchyň, společenská místnost se SMART TV a celý penzion je zasítovaný WIFI signálem. V objektu se nachází úschovna kol a parkovací místa přímo před penzionem. Chloubou je krásná, prostorná terasa s pohodlným posezením, grilem a nádherným výhledem na vinice, jež se dá využívat i za nepříznivého počasí, jelikož je zastřešená.

Sklípek Pod Vinicí

Sklípek Pod Vinicí je nově zrekonstruovaný vinný sklípek s ubytováním. Situovaný nedaleko turisticky vyhledávané části jižní Moravy. Umístění sklípku v klidné zóně vinných sklepů Vám může nabídnout odpočinek, po kterém toužíte. Okolní sklepní vesnice a vinařské stezky přímo vybízejí k cyklo nebo pěším výletům. Kapacita sklípku je 10 osob. Dva pokoje se čtyřmi lůžky, jeden dvoulůžkový pokoj, koupelna, dvě toalety, zařízená kuchyň, WIFI, TV a parkování před sklípkem.

Penzion Vinovit

Součástí rodinného vinařství Vinovit jsou dva penziony, jejichž celková kapacita je 28 osob. Penziony jsou vybaveny kuchyňkou, která zároveň slouží jako společenská místnost, koupelnu se sociálním zařízením, parkovacím prostorem nedaleko vinařství. Nechybí ani stylová vinárna, ve které si mohou hosté vychutnat sklenku dobrého vína.

2.2.4 Hrozba vstupu nových konkurentů na trh

Riziko vstupu nových konkurentů na trh je pravděpodobné. Relativně jednoduchý a bez bariér je vstup do odvětví ubytovacích služeb. K provozování penzionu postačí živnostenský list a pro případ, že eventuelní konkurenti plánují nabízet stravovací služby, musejí se prokázat odbornou způsobilostí. Existuje i možnost, jak se lze vyhnout

doložení odborné způsobilosti a to taková, že si provozovatel najde garanta, který se za provozovatele zaručí.

V současné chvíli nejsou ve Velkých Bílovicích na prodej žádané další objekty. V případě, že by byly, kupní cena by se určitě pohybovala vysoko, jelikož jsou Velké Bílovice a přilehlé části s penziony a sklípky mezi vinicemi vyhledávaným turistickým místem. Tato skutečnost by mohla znamenat bariéru pro případného konkurenta.

2.2.5 Hrozba substitutů

Substituty penzionu jsou chaty, apartmány, motely, hotely případně ubytovny a kempy. Diferencí mezi výše zmíněnými typy ubytování je jejich úroveň, cena, vybavenost a služby. Mohu konstatovat, že z osobní zkušenosti bývají klíčovými faktory při výběru ubytovacího zařízení cena, kvalita a nabízené služby, jež jsou často součástí ceny za ubytování. V dnešní době mnoho zákazníků upřednostňuje kvalitu a nemají problém si za ni zaplatit o trochu víc. Z toho tedy vyplývá, že by naše ubytování a služby měly být kvalitní za rozumnou cenu, jestli usilujeme o to, aby nám klienti zůstali věrní a neměli zájem o konkurenční nabídky.

2.3 SWOT analýza

Společnosti nově vzniklé nebo existující mohou řešit spousty problémů. Důvodů, proč společnosti ukončují působnost na trhu je spousta. Proto je minimalizace bariér a hrozeb důležitá. Pro cílový podnikatelský plán startujícího podniku, který dosud nezaznamenal historii, jsme schopni zpracovat SWOT analýzu v různých oblastech, jež jsou nám dobře známy.

2.3.1 Slabé stránky

Slabé stránky mohou být příčinou pomalého rozvoje, s tím souvisí i majitelky chybějící zkušenosti s podnikáním. Další podstatnou slabinou jsou finanční zdroje, které si bude muset majitelka půjčit od banky. Žádná historie, nedostatečné povědomí klientů o novém penzionu s vinným sklepem může majitelka zařadit mezi největší slabinu, jež může zapříčinit nízký zájem klientů o ubytovací služby. Z tohoto důvodu bude zpočátku náročnější obstarat dostatečnou vytíženost, jelikož neexistuje stabilní klientela.

2.3.2 Silné stránky

Z pohledu cestovního ruchu řadíme mezi silné stránky pár faktorů, které působí na penzion. Bezesporu je to umístění penzionu, který se nachází ve známé vinařské obci Velké Bílovice, která je součástí proslulé lokality jižní Morava, se spoustou historických a kulturních památek, kde se rok od roku zvyšuje návštěvnost. Nedaleko jsou rakouské a slovenské hranice se zvědavými návštěvníky. Výsadou je kvalitní a milý personál.

2.3.3 Hrozby

Všechny začínající podniky podstupují určité riziko. I kdyby byl podnikatelský plán zpracovaný na jedničku, úspěch nelze zaručit. A proto je podstatné pamatovat na hrozby a být na ně připraven. Velkou hrozbou je bezesporu vstup nové konkurence na trh, cenově lepší nabídka konkurenčních podniků s nízkými náklady, legislativní změny a popřípadě i menší zájem zákazníků o ubytovací služby.

2.3.4 Příležitosti

V rámci příležitostí byla objevena mezera na trhu, námi pojmenovaná jako nedostatečná nabídka ubytovací kapacity v sezóně i mimo sezónu. Podstatnou příležitostí bude zvyšování kvality poskytovaných služeb. Majitelé pamatují i na kvalitní, přehledné webové stránky s funkcí online rezervace.

2.3.5 Vyhodnocení SWOT analýzy

Tabulka 1 – Vyhodnocení SWOT analýzy a tvorba strategie

	Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
Příležitosti (O)	Zaujmout a získat tuzemské i zahraniční klienty, kterým poskytneme kvalitní služby a díky tomu si postupně vybudujeme dobré jméno.	Pozvolné navyšování obsazenosti zajistí postupné zvyšování příjmů, které pomohou k rychlejšímu splacení úvěru.
Hrozby (T)	Být lepší než konkurence v poskytovaném ubytování a službách, abychom přitáhli potenciální klienty.	Snaha dostat se do povědomí co největšímu objemu potenciálních klientů, za účelem zredukování vlivné síly konkurence.

Zdroj: (Vlastní zpracování)

3 Praktická část

Vlastní návrh podnikatelského plánu na založení rodinného penzionu s vinným sklepem

Ve třetí kapitole se věnuji realizaci podnikatelského návrhu na založení rodinného penzionu s vinným sklepem a finančního návrhu 5letého fungování. Z výsledků SWOT analýzy se rozhodnu pro vhodnou strategii nového penzionu ve Velkých Bílovicích.

3.1 Titulní strana

Název podniku: Penzion U Bobule
Předmět podnikání: Ubytovací služby
Jméno majitele: M.V.
Sídlo podniku: Velké Bílovice 5xx, 691 02 Velké Bílovice
Kontaktní telefon: 7xx 3xx 6xx
E-mail: info@penzionubobule.cz
Webové stránky: www.penzionubobule.cz

3.2 Popis podniku

Podnětem k založení rodinného penzionu na jižní Moravě byly různé události, dovolené, které jsem absolvovala s rodinou a přáteli. Jižní Morava mě doslova učarovala svou rozmanitou krajinou, historickými památkami, nekonečně dlouhými cyklostezkami a hlavně přátelskými lidmi.

Koupě penzionu ve Velkých Bílovicích se naskytla po návštěvě známých, kteří žijí přímo ve Velkých Bílovicích a mají přátele vlastníci sklípek, který chtějí v průběhu roku 2019 prodat.

Penzion bude poskytovat ubytování pro 10 osob ve třech dvoulůžkových a jednom čtyřlůžkovém pokoji. Majitelka má zájem vybavit penzion kvalitním dubovým

nábytkem, který bude poskytovat hostům maximální komfort. Přáním majitelky je, aby se zde hosté cítili jako doma a rádi se do sklípku vraceli

Vize a cíle penzionu

Vizi našeho rodinného penzionu je poskytnout hostům kvalitní ubytování za rozumnou cenu. Z mých zkušeností s ubytovacími zařízeními vím, že se dá najít ubytování, které je komfortní, moderně zařízené s hezkým okolím za akceptovatelnou cenu.

Cíle si rozdělíme na krátkodobé a dlouhodobé. V rámci krátkodobých cílů bychom chtěli zprovoznit penzion od března roku 2020. Dále získat 15 spokojených klientů do srpna 2020, kteří doporučí náš penzion novým potenciálním hostům.

Mezi dlouhodobé cíle patří dosažení zisku do 5let od zprovoznění, přesněji do konce sezóny roku 2025. Z tohoto důvodu bude důležité zajistit maximálně možnou obsazenost. Výše uspokojivého zisku by měla být alespoň 200.000,- Kč za rok. Na tento cíl navazuje druhý, který se nese v duchu zkvalitňování a rozšiřování poskytovaných služeb, např. nákup vířivky, která by byla umístěna na terase, koupě pěti trekingových kol, které budou k zapůjčení, nákup myčky na nádobí, vybavení koupelny sprchovými gely a šampony.

Právní forma

Rozhodla jsem se podnikat na základě živnostenského listu jako OSVČ. Hlavním důvodem je fakt, že nebudeme velký podnik s vysokými obraty. Můžeme si budovat postupně dobré jméno i podnikatelskou historii.

Vedení penzionu a administrativa

Zakladatelkou rodinného penzionu je paní Veronika M., která penzion vede. Díky tomu, že penzion je malý, obstará si všechny činnosti od úklidu přes přípravu ubytování, uvítání a rozloučení s hosty, vyřizování objednávek paní Veronika M. společně s přítelem Milanem. Administrativní činnost vedení účetnictví si rovněž povede paní Veronika.

Lokalita penzionu

Penzion U Bobule se nachází ve sklepní uličce Rulandová, mezi dalšími sklepy s ubytováním a od Velkých Bílovic je přibližně dva kilometry. Je to místo, kde se od

začátku dubna do konce listopadu pohybuje mnoho turistů, návštěvníků sklepů, kteří mohou být potenciální klienti.

3.3 Poskytování služeb a jejich plán

Hlavní poskytovanou službou penzionu U Bobule je kvalitní ubytování. Ochutnávky vín jsou službou vedlejší. Proto je důležité, aby měl penzion funkční rezervační systém, pomocí kterého si klienti zarezervují termín plánovaného pobytu. Samotná rezervace může být vytvořena třemi způsoby. První možností je obyčejná telefonická objednávka, druhým způsobem je zabukování po mailu a třetí cestou je vyplnění a odeslání formuláře na webu penzionu. Objednávky budeme brát závazně po uhrazení zálohy na bankovní účet, abychom předešli falešným rezervacím.

Hosté se mohou ubytovat od 13 hodin. Majitelka si zapíše osobní údaje hostů do ubytovací knihy z předložených dokladů totožnosti. Host se prokáže buď občanským průkazem, nebo cestovním pasem. Jelikož by se mohlo stát, že by hosté opustili ubytování bez doplacení, raději tomu předejdeme dalším krokem. Klienti doplatí zbylou část peněz za pronájem penzionu. Poté majitelka s hosty projde penzion, vysvětlí různá úskalí týkající se penzionu, domluví se na čase odjezdu a jako poslední krok je předání klíčů od pokojů a penzionu. Penzion musí klienti opustit do 10 hodin a vrátit klíče majitelce.

Řádný úklid celého penzionu bude probíhat vždy před příjezdem nových klientů. Pojem řádný úklid znamená postele čistě povléct, setřít prach, vysát a vytrít podlahy, vyčistit a vydezinfikovat koupelnu a toalety, uklidit kuchyň a terasu. Na každé lůžko nachystat čistý ručník a osušku, na toalety doplnit toaletní papír a na umyvadla doplnit malé mýdlo.

3.4 Marketingový plán

V teorii byla popsána poučka o marketingovém plánu, který je pro malé podniky jednoduše uchopitelný. Z toho důvodu je součástí mého podnikatelského návrhu.

Pro nově startující penzion U Bobule je navržen marketingový plán, zaměřující se na cílové klienty, kterými jsou návštěvníci všech věkových kategorií, jež vyhledávají odpočinkovou i aktivní rekreaci.

3.4.1 Produkt

Primárním produktem Penzionu U Bobule jsou ubytovací služby. Penzion je vybaven čtyřmi pokoji, koupelnou se sociálním zařízením, samostatnou toaletou, kuchyní spojenou s obývacím pokojem a televizorem. V případě potřeby lze doplnit do jednoho pokoje dětská postýlka. V každém pokoji jsou připraveny desky obsahující prospekty, o místech, které lze v okolí navštívit spolu s otvírací dobou a vstupným, s doporučenými turistickými trasami a cyklotrasami. Aktivní klienti uvítají místnost pro úschovu kol a naopak klientům, kteří si přijedou odpočinout, relaxovat bude vyhovovat prostorná terasa s pohodlným zahradním nábytkem a houpací sítí. Na své si přijdou i rodiny s dětmi, pro něž je na zahradě nachystané pískoviště, dřevěná průlezka s houpačkou a menší skluzavkou.

3.4.2 Cena

Cena může být důležitým faktorem, při výběru ubytování. Proto bychom měli vytvořit takovou cenu, která klienty zaujme a zároveň nám pokryje náklady a přinese zisk.

Při sestavování ceny bychom měli přihlídnout k úrovni vybavení a lokalitě, ve které se penzion nachází.

Kalkulace ceny pro nový penzion U Bobule vychází z:

- Náklady na osobu a den = 103,50,- Kč
- Ceny konkurence = 200,- Kč – 400,- Kč

Po zvážení všech faktorů byla cena stanovena na částku 350,- Kč za osobu a noc. Děti do 3 let mají ubytování zdarma, ale nemají nárok na lůžko.

3.4.3 Propagace

Nejlepší reklamou pro podnik je spokojený klient, který se rád vrací a doporučuje podnik ostatním. V našem případě se musíme orientovat na jinou efektivnější formu propagace, protože máme nový a pro všechny potenciální hosty neznámý penzion. První možností bude jednoduchý, přehledný ale kvalitně zpracovaný web penzionu U Bobule. Webové stránky vytvoří kamarád majitelky, který se živí webdesignem. Druhou

možností propagace je sociální síť Facebook, na kterém se vytvoří a průběžně aktualizuje stránka penzionu. Tato forma propagace je zdarma.

Tabulka 2 - Náklady na propagaci

Produkt	Doba, množství	Cena [Kč]
Vlastní doména	1 rok	150
	5 let	750
Webové stránky	Konzultace s programátorem	15 000
Celkem		15 900

Zdroj: (Vlastní zpracování)

3.4.4 Distribuce

Pro penzion U Bobule využijeme přímou i nepřímou formu distribuce. Forma přímé distribuce je kontaktování majitelky pomocí telefonu či emailu s požadavkem na rezervaci penzionu v určitém termínu. V případě nepřímé distribuce je záměr využít turistické informační centrum ve Velkých Bílovicích, které poskytuje seznam místních ubytovacích zařízení s kontaktními údaji majitelů.

3.5 Organizační plán

Penzion U Bobule je malý rodinný penzion s kapacitou 10 lůžek, z tohoto důvodu se neplánuje přijímat zaměstnance. Majitelka s rodinou zvládne péči o penzion, sama si zajistí administrativu související s vyřizováním rezervací, povede účetnictví, jelikož má zkušenosti s vedením podvojného účetnictví, uklidí penzion, terasu a vypere použité prádlo. Přítel se postará o sekání trávy na zahradě.

3.6 Finanční plán

Stěžejní částí celého podnikatelského plánu je právě finanční plán, který je nutné zpracovat, než bude penzion uveden do provozu. Na základě finančního plánu zjistíme, jak velký finanční obnos budeme potřebovat k provozování penzionu, jaké budou náklady, a provedeme měsíční odhad tržeb. Predikce tržeb bude vytvořena ve třech variantách, které mohou nastat, tj. realistická, optimistická a pesimistická. Současně vypracujeme výkaz Cash flow. Cílem finančního plánu je zjistit, zda bychom měli tento záměr realizovat.

3.6.1 Výdaje nutné k zahájení podnikatelské činnosti

Zpočátku budeme mít vysoké počáteční náklady vztahující se na koupi penzionu, nákup vybavení, jeho propagaci a provoz.

Prvotní náklady

Protože jsme se rozhodli pro koupi penzionu, budeme potřebovat půjčit od banky 1 700 000,- Kč, které budeme splácet 6 let, zbývajících 200 000,- Kč zaplatíme sami. V Komerční bance si zajistíme dlouhodobý úvěr na 6 let s úrokovou sazbou 3,39% a RPSN 4,05%. Výpočet byl proveden v MS Excelu, jelikož jsem využila funkce na výpočty (anuita = funkce PLATBA, úrok = funkce PLATBA.ÚROK, úmor = funkce PLATBA.ZÁKLAD). Celkově komerční bance zaplatíme 1 907 305,- Kč.

Tabulka 3 - Splácení dlouhodobého úvěru

Splátka	Rok	Anuita [Kč]	Úrok [Kč]	Úmor [Kč]	Zůstatek [Kč]
0	2019	0	0	0	1 700 000
1	2020	317 884	57 630	260 254	1 439 746
2	2021	317 884	48 807	269 077	1 170 669
3	2022	317 884	39 686	278 198	892 471
4	2023	317 884	30 255	287 629	604 841
5	2024	317 884	20 504	297 380	307 461
6	2025	317 884	10 423	307 461	0
Celkem		1 907 305	207 305	1 700 000	

Zdroj: (Vlastní zpracování)

V následující tabulce jsou uvedeny náklady na koupi penzionu, plánované zřizovací výdaje nutné na pořízení vybavení. Protože jsme se rozhodli založit živnost, stačí započítat poplatky související s ohlášením živnosti a poplatky za výpis z rejstříku trestů, celkové náklady tak činí 2 173 500,- Kč.

Tabulka 4 - Plánované zřizovací výdaje v prvním roce provozování penzionu U Bobule

	Položka	Množství [Ks]	Cena za ks [Kč]	Celkem [Kč]
Zřizovací výdaje	Ohlášení živnosti	1	1 000	1 000
	Výpis z rejstříku trestů	1	100	100
	Koupě penzionu	1	1 900 000	1 900 000
	Postel s roštem - 10 ks	10	8 000	80 000
	Dětská postýlka s matrací	1	1 500	1 500
	Noční stolek	10	1 000	10 000
	Šatní skříň	4	3 750	15 000
	Přikrývky	10	2 000	20 000
	Polštáře	10	1 000	10 000
	Dětský set (přikrývka a polštář)	1	1 000	1 000
	Malý polštář	10	200	2 000
	Ložní prádlo	30	800	24 000
	Kuchyňský kout	1	15 000	15 000
	Sporák	1	9 000	9 000
	Mikrovlnná trouba	1	3 000	3 000
	Varná konvice	1	1 000	1 000
	Rádio	1	1 000	1 000
	Jídelní sestava (stůl + židle)	1	20 000	20 000
	Jídelní souprava (talíře, misky, hrnečky, přístroje)	1	3 500	3 500
	Skleničky (limo, víno, lihoviny)	1	1 200	1 200
	Kuchyňské nádobí (hrnce, pánvičky, nože aj.)	1	5 000	5 000
	Pohovka	1	8 000	8 000
	Televize	1	10 000	10 000
	Konferenční stolek	1	1 500	1 500
	Komoda pod televizi	1	3 500	3 500
	Zahradní nábytek	1	10 000	10 000
	Gril	1	3 000	3 000
	Houpací síť	1	2 800	2 800
	Dětské pískoviště	1	1 400	1 400
	Dětská průlezka s houpačkou a skluzavkou	1	10 000	10 000
	Celkem			2 173 500

Zdroj: (Vlastní zpracování)

Další náklady souvisí s propagací a běžným provozem penzionu.

Tabulka 5 - Plánované provozní výdaje penzionu U Bobule

	Položka	Výdaje za sezónu [Kč]
Náklady na provoz	Úklidové, prací a dezinfekční prostředky	6 000
Provozní výdaje	Zálohy na energie (voda, elektřina)	132 000
	Telefon	12 000
Celkem		150 000

Zdroj: (Vlastní zpracování)

3.6.2 Predikce tržeb

V této podkapitole vytvoříme odhad budoucích tržeb penzionu a jejich vývoj. Vycházíme z ceny za ubytování uvedené v kapitole 3.4.2 Cena, osoba zaplatí za noc 350,- Kč.

V tabulkách č. 6, 7, 8 je zpracovaná predikce tržeb pro rok 2020 v rámci procentuální vytíženosti v jednotlivých měsících a vytvořena ve třech variantách:

- *Realistická varianta* – predikce, že v červenci a srpnu bude vytíženost penzionu dosahovat 85%,
- *Optimistická varianta* – predikce, že v červenci a srpnu vzroste vytíženost penzionu na úroveň 95%
- *Pesimistická varianta* - predikce, že v červenci a srpnu poklesne vytíženost na úroveň 65%.

Tabulka 6 - Realistická varianta - predikce příjmů v jednotlivých měsících v roce 2020

	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Celkem
Predikce vytíženosti penzionu [%]	40	48	58	80	85	85	76	62	43	
Kapacita penzionu [Ks]	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Cena za noc [Kč]	350	350	350	350	350	350	350	350	350	
Celkem [Kč]	42 000	50 400	60 900	84 000	89 250	89 250	79 800	65 100	45 150	605 850

Zdroj: (Vlastní zpracování)

Tabulka 7 - Optimistická varianta - predikce příjmů v jednotlivých měsících v roce 2020

	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Celkem
Predikce vytíženosti penzionu [%]	52	58	72	86	95	95	83	78	49	
Kapacita penzionu [Ks]	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Cena za noc [Kč]	350	350	350	350	350	350	350	350	350	
Celkem [Kč]	54 600	60 900	75 600	90 300	99 750	99 750	87 150	81 900	51 450	701 400

Zdroj: (Vlastní zpracování)

Tabulka 8 - Pesimistická varianta - predikce příjmů v jednotlivých měsících v roce 2020

	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Celkem
Predikce vytíženosti penzionu [%]	28	32	44	55	65	65	53	47	20	
Kapacita penzionu [Ks]	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Cena za noc [Kč]	350	350	350	350	350	350	350	350	350	
Celkem [Kč]	29 400	33 600	46 200	57 750	68 250	68 250	55 650	49 350	21 000	408 450

Zdroj: (Vlastní zpracování)

3.6.3 Odhad peněžních toků

Predikce peněžních toků jinými slovy cash flow je velmi důležitým výkazem, který je součástí finančního plánu. Cash flow obsahuje odhad příjmů a výdajů podniku v rámci jednotlivých měsíců prvního roku (březen až listopad) provozování penzionu. Ve výkazu využijeme realistickou variantu tržeb. Příjem v prvním měsíci zahrnuje vedle tržeb i vlastní vklad ve výši 445 400,- Kč. Výdaje obsahují jednorázové výdaje za vybavení penzionu, propagaci a jednorázové náklady na ohlášení živnosti.

Energie, telefon se platí měsíčně. Úklidové prostředky jsou rozděleny na dva nákupy, které proběhnou v březnu a červenci. Splátka obsahuje měsíční platbu bance za poskytnutý dlouhodobý úvěr. Sazba poplatku obci za každé využití lůžko a den je stanovena na částku 6,- Kč. Poplatek je splatný do 31. 1. následujícího kalendářního roku. V případě, že vznikne poplatková povinnost po tomto datu, je nutné ho uhradit do konce příslušného kalendářního roku.

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tabulka 9 - Realistická varianta - predikce peněžních toků v jednotlivých měsících v roce 2018

	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Celkem
PS peněž. prostředků	0	146 510	154 419	172 829	214 339	258 098	304 858	342 168	364 777	
Příjmy celkem	481 400	50 400	60 900	84 000	89 250	89 250	79 800	65 100	45 150	1 045 250
Příjmy	42 000	50 400	60 900	84 000	89 250	89 250	79 800	65 100	45 150	605 850
Vklad	439 400	0	0	0	0	0	0	0	0	439 400
Výdaje celkem	334 890	42 490	42 490	42 490	45 490	42 490	42 490	42 490	52 876	688 199
Vybavení	272 400	0	0	0	0	0	0	0	0	272 400
Energie	14 667	14 667	14 667	14 667	14 667	14 667	14 667	14 667	14 667	132 000
Telefon	1 333	1 333	1 333	1 333	1 333	1 333	1 333	1 333	1 333	12 000
Úklidové prostředky	3 000	0	0	0	3 000	0	0	0	0	6 000
Propagace	15 900	0	0	0	0	0	0	0	0	15 900
Poplatek obci	0	0	0	0	0	0	0	0	10 386	10 386
Splátka	26 490	26 490	26 490	26 490	26 490	26 490	26 490	26 490	26 490	238 413
Ostatní výdaje	1 100	0	0	0	0	0	0	0	0	1 100
Rozdíl příjmy a výdaje	146 510	7 910	18 410	41 510	43 760	46 760	37 310	22 610	-7 726	357 051
KS peněž. prostředků	146 510	154 419	172 829	214 339	258 098	304 858	342 168	364 777	357 051	357 051

Zdroj: (Vlastní zpracování)

*uvedené údaje jsou v Kč

Z výpočtu realistické varianty cash flow vyplývá, že by majitelka na konci prvního roku provozování penzionu disponovala finančními prostředky v hodnotě 357 051,- Kč.

3.6.4 Predikce příjmů a výdajů

V této části využijeme vypočítané hodnoty, které jsou obsaženy v tabulce č. 9. První náklady vztahující se k vybavení a běžnému provozu vzniknou penzionu v měsíci březnu roku 2020, kdy bude uveden do provozu. Penzion bude fungovat v sezóně v období od března do listopadu, poté bude provoz pozastaven.

Předpokládáme, že se v následujících letech zvýší návštěvnost v celé oblasti Pálava, z uvedeného vyplývá, že se mírně navýší obsazenost a spolu s tím se zvýší i příjmy z ubytování. Naše predikce na druhý rok provozování penzionu počítá s nárůstem obsazenosti o 4% a třetí rok provozu s nárůstem obsazenosti o 9%.

Tabulka 10 - Predikce příjmů a výdajů na období 2020 – 2022

	2020	2021	2022
Příjem z ubytování	605 850	630 084	660 377
Počáteční výdaje	289 400	0	0
Provozní výdaje	160 386	165 198	170 154
Příjmy - Výdaje	156 064	464 886	490 223
Daň z PFO	23 410	69 733	73 533
Splátka dluhu	317 884	317 884	317 884
Čistý zisk / ztráta	-185 230	77 269	98 806

Zdroj: (Vlastní zpracování)

*uvedené údaje jsou v Kč

Pro rok 2020 jsou sezónní příjmy z ubytování ve výši 605 850,- Kč, počáteční a provozní výdaje se pohybují ve výši 449 786,- Kč. Daň z příjmu fyzických osob činí 15% a počítá se z rozdílu mezi příjmy a výdaji v případě, že vyjde kladná hodnota. Z tabulky č. 10 je zřejmé, že první rok bude penzion ve ztrátě 185 230,- Kč. Způsobují to uvedené výdaje a výše splátky, která činí 317 884,- Kč. V dalších letech je počítáno se ziskem, jelikož nebudou počáteční výdaje a predikujeme mírné zvýšení provozních výdajů ročně o 3%.

Z výsledků vypočtených v tabulce č. 10 vyplývá, že majitelka nemusí hledat investora, který by financoval koupi malého penzionu. I když bude první rok provozování penzionu pro majitelku ztrátový, už druhý rok a následující roky budou generovat zisk, majitelka tak získá vedlejší příjem.

3.7 Hodnocení rizik

Podnikání mohou ovlivňovat určitá rizika, na která by měl každý podnikatel pamatovat. Z toho důvodu by měl rizika analyzovat, předcházet jim případně zmírňovat jejich působení.

Prvním potenciálním rizikem je nízký zájem o ubytovací služby ze strany klientů, které by majitelce přivodilo nízké tržby, nízký zisk, s tím souvisí neschopnost splácet dlouhodobý úvěr. Majitelka by měla v průběhu ubytovací sezóny vytvářet speciální nabídky ve formě výhodných ubytovacích balíčků, nabízet ubytování za zaváděcí cenu.

Druhým potenciálním rizikem je zrušení rezervace ubytování ze strany rekreantů několik málo dní před začátkem jejich dovolené, které majitelce způsobí pokles tržeb. Rekreanti zaplatí zálohu za ubytování ve výši 75 % z celkové ceny ubytování. Toto je opatření majitelky, které by mělo zabránit riziku úbytku tržeb.

Třetím možným rizikem je poškození vybavení penzionu, vznik požáru nebo úraz klienta, které zapříčiní pozastavení provozu celého penzionu a tím opět sníží tržby. Majitelka by měla předejít riziku tak, že před zahájením provozu penzionu nechá nainstalovat detektory kouře a sjedná si vhodné pojištění.

Čtvrtému eventuálnímu riziku majitelka nemůže nijak zabránit, jelikož se jedná o přírodní živelnou pohromu v podobě silné vichřice nebo krupobití. Stejně jako předchozí riziko způsobí pozastavení provozu celého penzionu a tržby budou nulové. Jediné opatření, které by měla majitelka zajistit, je sjednání pojištění.

Pátým případným rizikem je odcizení vybavení penzionu, opuštění penzionu hosty bez předání klíčů. Riziko majitelce navýší provozní výdaje, proto by měla majitelka zajistit instalaci bezpečnostních kamer a stejně jako u předchozích dvou rizik, sjednat doporučené pojištění.

Šestým a zároveň posledním rizikem jsou změny v české legislativě, které zvýší náklady na chod penzionu, v nejhorším případě způsobí ukončení provozování ubytovacího zařízení. Jelikož se jedná o rozhodnutí státu, nelze riziku žádným způsobem předejít.

Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo vytvořit podnikatelský záměr pro založení malého rodinného penzionu v největší vinařské obci Velké Bílovice, který bude ekonomicky realizovatelný.

Práce je rozčleněna na tři podstatné části, z nich první část vysvětluje teoretické pojmy důležité pro sestavení podnikatelského plánu. V druhé části byla vypracována analýza trhu, analýza oborového okolí podniku a SWOT analýza s vyhodnocením. Třetí část se věnuje tvorbě podnikatelského plánu rodinného penzionu, kde hlavními kapitolami jsou plánování služeb, marketingový plán, finanční plán a hodnocení potenciálních rizik.

Podnikatelský plán je zaměřen na vybudování rodinného penzionu U Bobule, který je umístěn ve sklepní uličce mezi dalšími sklepy s ubytováním, od města Velké Bílovice je vzdálen přibližně dva kilometry, které je součástí proslulé lokality jižní Morava se spoustou historických a kulturních památek. Majitelka se rozhodla provozovat penzion na základě živnostenského listu z důvodu, že z provozování penzionu jí nevzniknou vysoké obraty, které by ji přiměly k založení obchodní společnosti. Živnostenský list je vystaven na paní V. M., která se z velké části bude věnovat péči o penzion, pomocnou rukou bude přítel. Úklid, příprava ubytování, uvítání a rozloučení s hosty, vyřizování objednávek a administrativní činnost, důležitá pro dobrý chod penzionu. Všechny tyto aktivity si obstará sama.

Primárním produktem Pensionu U Bobule jsou ubytovací služby. Pension je vybaven čtyřmi pokoji, koupelnou se sociálním zařízením, samostatnou toaletou, kuchyní spojenou s obývacím pokojem a televizorem. V případě potřeby lze doplnit do jednoho pokoje dětská postýlka. V každém pokoji jsou připraveny desky obsahující prospekty, o místech, které lze v okolí navštívit spolu s otvírací dobou a vstupným, s doporučenými turistickými trasami a cyklotrasami. Aktivní klienti uvítají místnost pro úschovu kol a naopak klientům, kteří si přijedou odpočinout, relaxovat bude vyhovovat prostorná terasa s pohodlným zahradním nábytkem a houpací sítí. Na své si přijdou i rodiny s dětmi, pro něž je na zahradě nachystané pískoviště, dřevěná průlezka s houpačkou a menší skluzavkou.

Pension bude fungovat v sezóně od března do listopadu, poté bude provoz pozastaven. Cena za ubytování se v průběhu sezóny nemění a je stanovena na hodnotu 350,- Kč za

osobu a noc, děti do 3 let mají ubytování zdarma, ale nemají nárok na lůžko. Nedaleko jsou rakouské a slovenské hranice, proto předpokládáme, že penzion U Bobule navštíví i zvědaví zahraniční klienti.

První možností propagace bude jednoduchý, přehledný ale kvalitně zpracovaný web penzionu U Bobule. Druhou možností propagace bude sociální síť Facebook, na kterém se vytvoří a průběžně aktualizuje profilová stránka penzionu. Rezervaci budou moci klienti provést pomocí telefonu či emailu, kterou potvrdí majitelka.

Protože se paní Veronika rozhodla pro koupi penzionu, bude potřebovat půjčit od banky 1 700 000,- Kč, které postupně splatí během 6 let. Dále vloží i vlastní finanční prostředky v hodnotě 445 400,- Kč. Predikce tržeb penzionu je vytvořena ve třech variantách, realistické, optimistické a pesimistické. V predikci cash flow je využita realistická varianta tržeb, která vyšla v kladné hodnotě 357 051,- Kč. Dle výsledků dosáhne penzion čistého zisku v hodnotě 77 269,- Kč od roku 2021, následující roky bude taktéž generovat zisk, a proto nebude nutné hledat investora, který by financoval koupi malého penzionu. Majitelka získá vedlejší příjem, který se rok od roku bude zvyšovat.

Seznam použité literatury

1. VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.
2. FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-812-1.
3. SYNEK, František. *Manažerská ekonomika*. 2. přeprac. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2001. Expert (Grada). ISBN 80-247-9069-6.
4. HISRIC, Robert D. a Michael P. PETERS. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.
5. KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, c2007. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-251-1605-0.
6. SRPOVÁ, Jitka, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
7. KOTLER, Philip, Kevin Lane KELLER a Jiří PETERKA. *Marketing management*. [4. vyd.]. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4150-5.
8. HORÁKOVÁ, Helena a Jitka SRPOVÁ. *Strategický marketing*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2000. Manažer. ISBN 80-716-9996-9.
9. KAŇOVSKÁ, Lucie a Kevin Lane KELLER. *Základy marketingu*. [4. vyd.]. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-214-3838-5.
10. Zákon č. 90/2012 Sb., Zákon o obchodních korporacích, v platném znění
11. Zákon č. 89/2012 Sb., Zákon občanský zákoník, v platném znění
12. Zákon č. 455/1991 Sb., Zákon o živnostenském podnikání, v platném znění
13. PORTER, Michael E. *Konkurenční strategie: Metody pro analýzu odvětví a konkurentů*. Praha: Victoria Publishing, 1994. ISBN 80-856-0511-2.
14. RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 6. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Finanční řízení. ISBN 978-80-271-2028-4.
15. SYNEK, Miloslav. *Podniková ekonomika*. 4., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2006. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-717-9892-4

Seznam internetových zdrojů

16. [Http://www.velkebilovice.cz/cs/mesto-7/](http://www.velkebilovice.cz/cs/mesto-7/) [online]. [cit. 2019-04-11].

Přílohy

Přílohy A Kalkulace ceny

Příloha A Kalkulace ceny ubytování za osobu

Kalkulace nákladů

- **Vodné a stočné**

Průměrný čas strávený ve sprše jsem nastavila na 15 minut, z čehož určíme spotřebu vody.

Průtok vody přes úspornou hadici bude cca 8 litrů/minutu.

Průměrná cena vody za 1 kubík (1 000 litrů) je 90,- Kč, 1 litr vyjde na 0,09,- Kč.

Host ve sprše (15 minut) spotřebuje 120 litrů $\Rightarrow 120 \cdot 0,09 = 10,8,-$ Kč.

Někteří lidé jsou zvyklí se sprchovat dvakrát denně, proto bude cena za vodu $\Rightarrow 10,8 \cdot 2 = 21,6,-$ Kč.

- **Elektřina**

Předpokládáme, že by níže uvedená světla a televize byla v provozu 24 hodin.

Průměrná cena za elektřinu v České republice je 4,6,- Kč za 1 kWh.

Tabulka 11 - Spotřeba elektřiny na 1 den

Zařízení	Spotřeba [W]	Počet [Ks]	Celková spotřeba [W]	Cena za den [Kč]
Hlavní světlo	150	1	150	16,50
Televize	105	1	105	11,50
Noční lampička	25	4	100	2,70
Koupelnové světlo	7,40	2	14,80	0,80
Celkem				31,50

Zdroj: (Vlastní zpracování)

- **Úklid**

Úklid provádí majitelka osobně, takže se mzda paní na úklid nezapočítává.

- **Pračka**

Cena nákladů na 1 prací cyklus (elektřina = 20,7,- Kč + voda 4,5,- Kč).

Odhadujeme, že praní bude probíhat 2x denně (41,4,- Kč + 9,- Kč = **50,4,- Kč**).

- **Celkové náklady na osobu**

Tabulka 12 - Náklady na osobu na 1 den

Náklad	Cena za 1 den [Kč]
Voda	21,60
Elektřina	31,50
Úklid	-
Praní	50,40
Celkem	103,50

Zdroj: (Vlastní zpracování)

Předpokládané náklady na osobu jsou 103,5,- Kč.