

Bakalářský studijní program: **Ekonomika a management**

Studijní obor: **Marketing a management**

Návrh a sestavení podnikatelského plánu podniku

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Autor: **Šárka DOUŠKOVÁ, DiS.**

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Martin SVÍTIL, Ph.D.**

Znojmo, 2020

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Návrh a sestavení podnikatelského plánu podniku zpracovala samostatně pod odborným vedením vedoucího bakalářské práce Ing. Martina Svítily, Ph.D. a že veškeré použité zdroje jsem uvedla v Seznamu použité literatury.

Ve Znojmě dne 17. 4. 2020



.....
Šárka Doušková, DiS.

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala svému vedoucímu Ing. Martinu Svítilovi, Ph.D. za cenné rady a připomínky při zpracování bakalářské práce. Dále bych poděkovala panu Ing. Jiřímu Šrámkovi za ochotu a poskytnuté informace.



ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor	Šárka DOUŠKOVÁ
Bakalářský studijní program	Ekonomika a management
Obor	Marketing a management
Název	Návrh a sestavení podnikatelského plánu podniku
Název (v angličtině)	Proposal and compiling of a company's business plan

Zásady pro vypracování:

Cíl práce: Sestavit komplexní podnikatelský plán pro nově vzniklý penzion nacházející se ve Znojemské vinařské oblasti na základě provedené relevantní analýzy prostředí. Součástí podnikatelského plánu bude i finanční plán.

Postup práce:

1. Rešerše literatury
2. Popis činnosti
3. Analýza prostředí
4. Finanční plán
5. Posouzení realizovatelnosti podnikatelského plánu

Metody: analýza, deskripce, dedukce, literární rešerše

Rozsah práce: 40 - 55

Seznam odborné literatury:

1. KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
2. MRKVIČKA, Josef. *Podniková ekonomika*. 1 vyd. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, 2013, 197 s. ISBN 978-80-87314-41-8.
3. SRPOVÁ, Jitka et al. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, 2007, 242 s. ISBN 978-80-245-1263-1.
4. SRPOVÁ, Jitka et al. *Podnikatelský plán a strategie*. 1 vyd. Praha: Grada, 2011, 200 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

Datum zadání bakalářské práce: duben 2019

Termín odevzdání bakalářské práce: duben 2020




Šárka DOUŠKOVÁ, DiS.
student


Ing. Martin SVÍTIL, Ph.D.
vedoucí bakalářské práce


Ing. Jitka VESELÁ, Ph.D.
garant studijního oboru


doc. Ing. Hana BŘEZINOVÁ, CSc.
rektorka SVŠE Znojmo

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se věnuje vypracování podnikatelského plánu pro vybudování a provoz penzionu nacházející se ve městě Znojmo v části zvané Oblekovice. V teoretické části jsou shrnuty základní informace o podnikání a právních formách podnikání. Velká pozornost je věnována požadavkům a struktuře podnikatelského plánu a jsou zde uvedeny metody umožňující analyzovat prostředí podniku. Tyto informace poslouží k lepšímu pochopení a sestavení praktické části. Praktická část obsahuje popis projektu, zahrnuje analýzu trhu, SWOT analýzu, marketingový plán a finanční plán. Po zpracování podnikatelského plánu bude posouzena jeho reálnost.

Klíčová slova: podnikatelský plán, penzion, analýza trhu, SWOT analýza, finanční plán

ABSTRACT

This bachelor thesis deals with working out a business plan of setting up and running a guesthouse in Oblekovice, Znojmo. The theoretical part summarizes basic information about setting up a business and legal forms of business. Special attention is paid to requirements and structure of a business plan and methods of analysing a business are presented here. This information is then used in the practical part. The practical part contains the project description, market research, SWOT analysis, a marketing plan and a financial plan. After working out of the business plan, its feasibility will be assessed.

Key words: a business plan, a guesthouse, market research, SWOT analysis, a financial plan

OBSAH

1	ÚVOD	9
2	CÍL PRÁCE A METODIKA	11
3	TEORETICKÁ ČÁST	12
3.1	ZÁKLADNÍ POJMY V PODNIKÁNÍ.....	12
3.1.1	Podnikání.....	12
3.1.2	Podnikatel.....	12
3.1.3	Podnik.....	13
3.1.4	Právní forma podnikání	14
3.2	PODNIKATELSKÝ PLÁN.....	18
3.2.1	Charakteristika podnikatelského plánu.....	18
3.2.2	Důvody sestavování podnikatelského plánu	18
3.2.3	Požadavky na vypracování podnikatelského plánu.....	19
3.2.4	Struktura podnikatelského plánu	19
3.3	MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ.....	28
3.3.1	Vlastní zdroje.....	29
3.3.2	Cizí zdroje	29
3.4	SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....	30
4	PRAKTICKÁ ČÁST	31
4.1	TITULNÍ LIST	31
4.2	EXEKUTIVNÍ SOUHRN.....	32
4.3	POPIS PODNIKU	33
4.3.1	Právní forma podnikání	33
4.3.2	Lokalita obce	33
4.3.3	Popis projektu.....	34
4.3.4	Vize penzionu	37
4.3.5	Cíle penzionu.....	37
4.4	POPIS PRODUKTU	38
4.5	ANALÝZA TRHU	39
4.5.1	Zákazníci penzionu.....	39
4.5.2	Analýza konkurence	41
4.5.3	Konkurenční výhody	45
4.6	MARKETINGOVÝ MIX.....	46
4.6.1	Produkt	46
4.6.2	Cena.....	46
4.6.3	Distribuce	47

4.6.4	Propagace.....	47
4.7	PERSONÁLNÍ ZDROJE.....	49
4.8	FINANČNÍ PLÁN.....	50
4.8.1	Počáteční náklady spojené se zahájením provozu penzionu	50
4.8.2	Počáteční rozvaha podniku.....	51
4.8.3	Financování podniku	51
4.8.4	Odhad tržeb.....	52
4.8.5	Náklady.....	55
4.8.6	Příjmy a výdaje.....	60
4.8.7	Výkaz zisku a ztrát	62
4.8.8	Rozvaha	64
4.9	SWOT ANALÝZA	66
4.10	ANALÝZA RIZIK.....	67
4.11	VYHODNOCENÍ PROJEKTU	67
5	ZÁVĚR.....	68
6	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	70
6.1	MONOGRAFIE.....	70
6.2	INTERNETOVÉ ZDROJE.....	71
6.3	LEGISLATIVA	74
7	SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ.....	75
7.1	SEZNAM TABULEK	75
7.2	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	75
8	SEZNAM PŘÍLOH.....	77
9	PŘÍLOHY	78

1 ÚVOD

Cestovní ruch je na národní i regionální úrovni významnou ekonomickou činností a představuje mnohostranné odvětví, které zahrnuje zejména dopravu, ubytovací a stravovací zařízení, služby cestovních kanceláří, služby průvodců a další. Na cestovní ruch se vážou i další významná odvětví jako je obchod, stavebnictví, bankovníctví, sport či kultura. S rostoucím počtem zahraničních i domácích návštěvníků se zvyšuje význam cestovního ruchu pro české hospodářství. V roce 2017 tvořil cestovní ruch 2,9 % hrubého domácího produktu a zaměstnával 239 000 osob (Cieslar, 2019).

Cestování je pro mnoho lidí nepostradatelnou součástí života, které s sebou přináší poznávání a objevování nových míst, památek, zvyků, lidí, a především sbírání zážitků. Zážitky jsou v životě člověka v mnoha případech to nejcennější, co může získat. Trend cestování v České republice neustále roste. Na základě této skutečnosti vznikají nová ubytovací zařízení, která se starají o spokojenost svých zákazníků a snaží se obstát v konkurenčním boji na trhu.

Turisté si mohou vybrat z široké škály ubytovacích zařízení jako je hotel, motel, hotel, penzion, či ubytování v soukromí. Penzion je zařízení podobné hotelu. Jedná se zpravidla o menší zařízení a svoji klientelu si penziony získávají především díky svému rodinnému přístupu a většímu soukromí.

Počet hostů v ubytovacích zařízeních ve správním území města Znojma se od roku 2013 navýšil i přes snížení počtu lůžek. Znojmo a okolí je stále více navštěvováno turisty, a to nejenom v období velkých akcí jako je např. Znojenské historické vinobraní, Burčákfest, Slavnosti okurek či Pivní slavnosti, ale prakticky po celý rok.

Bakalářská práce se zabývá sestavením podnikatelského plánu na výstavbu penzionu. Podnikatelský plán by měl být nedílnou součástí každého procesu zakládání podnikání. Začínající podnikatelé by si měli uvědomit, že sestavení propracovaného podnikatelského plánu je jedním z nejdůležitějších kroků úspěšné činnosti firmy. Perfektně zpracovaný podnikatelský plán představuje obraz o veškerých aktivitách podnikání. Podnikatelský plán slouží nejen k interním účelům podnikatele, ale také pro externí uživatele jako jsou banky či investoři, kteří jej budou vyžadovat.

Plánovaný penzion se bude nacházet v okrajové části města Znojma zvané Oblekovice. Plán bude sestaven před zahájením výstavby penzionu a bude sloužit jako podklad pro realizaci

stavby. Teoretická část práce se bude věnovat vymezení základních pojmů podnikání. Praktická část bude obsahovat reálný podnikatelský plán na výstavbu a provozování malého rodinného penzionu.

Pro tento projekt jsem se rozhodla nejen z důvodů rostoucího trendu v cestovním ruchu, ale i z důvodu, že jsem absolvent střední hotelové školy. Praxi jsem absolvovala v několika restauračně hotelových zařízeních a k tomuto druhu podnikání mám blízký vztah. Tento projekt bude i pro mě velkou inspirací a popřípadě i plánem mé budoucí profesní cesty.

2 CÍL PRÁCE A METODIKA

Cílem bakalářské práce je vytvoření podnikatelského plánu pro vybudování a provoz penzionu nacházejícího se ve městě Znojmo v části zvané Oblekovice. Tento podnikatelský plán poslouží jako reálný podklad pro úspěšné podnikání v tomto oboru. Projekt posoudí konkurenceschopnost, finanční možnosti a finanční zdroje potřebné při založení podniku. Součástí podnikatelského plánu bude i zhodnocení projektu. V případě pozitivních závěrů by následovala realizace projektu.

Práce bude z hlediska metodologie rozdělena na dvě hlavní části. V první teoretické části neboli v literární rešerši bude čerpáno z dostupných publikací, zákonů a internetových zdrojů, které se zabývají problematikou podnikatelského plánu. Budou zde popsány a vymezeny základní pojmy v podnikání, právní formy podnikání v České republice, a především podrobně popsán podnikatelský plán se všemi jeho částmi a náležitostmi.

Druhou praktickou část bude tvořit již samotný podnikatelský plán, ve kterém budou využity poznatky z teoretické části. Velká pozornost bude věnována analýze vnějšího a vnitřního prostředí, analýze konkurence, marketingovému mixu. Zpracován bude i finanční plán. Na základě jednotlivých kroků zpracovaných v podnikatelském plánu bude posouzena reálnost projektu.

3 TEORETICKÁ ČÁST

3.1 Základní pojmy v podnikání

3.1.1 Podnikání

Na podnikání lze nahlížet ze čtyř různých úhlů pohledu. Z **ekonomického hlediska** se jedná o transformaci vstupů (práce, půda, kapitál) na výstupy. Tyto výstupy jsou poté předmětem prodeje na trhu (Čižinská, 2018, s. 10). Jde také o to, aby společnost přinesla přidanou hodnotu nebo zisk. Podnikání je z pohledu **psychologie** potřebou něco získat, dosáhnout seberealizace, stát se nezávislým. Dle **právního pojetí** je podnikání soustavná činnost, prováděna samostatně pod vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosahování zisku (Plhoňová, 2011, s. 11). To znamená, že se jedná o činnost, která se opakuje několikrát do roka, podnikatel ji řídí sám pod vlastním jménem, ručí za vlastní závazky a nejedná se např. o charitativní činnost (Mrkvička, 2013, s. 10). Na podnikání lze také nahlížet ze **sociologického pohledu** jako na snahu vytvářet blahobyt pro zainteresované osoby, využívání dokonaleji zdrojů, vytváření pracovních míst a příležitostí (Plhoňová, 2011, s. 11).

Dalším rysem podnikání podle Mrkvičky (2013, s. 10):

- je přebytek výnosů nad náklady tedy **generování zisku**,
- zisk se získá **uspokojením potřeb zákazníků**,
- při uspokojování potřeb zákazníků **tolerance určitého rizika**,
- vklad určitého vlastního či cizího kapitálu do podnikání a docílení **zhodnocení tohoto kapitálu**.

3.1.2 Podnikatel

Stát se podnikatelem je životní rozhodnutí, kdy k podnikání vedou různé důvody. Především se jedná o nezávislost, snahu o zbohatnutí, nespokojenost v práci. Člověk si ale také musí uvědomit, že stát se podnikatelem sebou přináší i riziko, proto je důležité zvážit výhody a nevýhody dané příležitosti. (Bednářová a Škodová Parmová, 2010, s. 36–37)

Podnikatelem je v České republice dle nového Občanského zákoníku:

- ten „kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku,“ (Zákon č. 89/2012 Sb., § 420, odst. 1)

- „osoba zapsaná v obchodním rejstříku,“ (Zákon č. 89/2012 Sb., § 421, odst. 1)
- „osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle jiného zákona,“ (Zákon č. 89/2012 Sb., § 421, odst. 1)
- „osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.“ (Zákon č. 89/2012 Sb., § 420, odst. 2)

Mrkvička (2013, s. 20) definuje podnikatele jako člověka, který má možnost utvářet inovace a změny. Jeho charakteristickou vlastností je tvořivost, produktivnost, nadání vytvářet nové nápady. Využívá příležitosti nebo je i tvoří. Veber a Srpová et al. (2012, s. 55) považují za důležitou vlastnost v tomto směru **podnikavost**, jako charakteristiku, která se dělí na schopnosti, vědomosti, dovednosti a osobní vlastnosti, jako jsou bezúhonnost, důvěryhodnost, poctivost, důslednost, svědomitost, rozhodnost, zodpovědnost, cílevědomost, vytrvalost a samostatnost. Všechny tyto vlastnosti jsou důležité k úspěšnému podnikání a pomohou k sestavení podnikatelského plánu a k naplnění cílů podnikatelské činnosti.

Podnikatelským subjektem může být fyzická osoba (jednotlivec) nebo právnická osoba (především obchodní společnost).

3.1.3 Podnik

V roce 2014 došlo k rekodifikaci soukromého práva. Zásadní úprava zahrnovala i zrušení obchodního zákoníku. Původní pojem podnik, který byl do roku 2013 vymezen v § 5 zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku, byl nahrazen pojmem obchodní závod (Čížinská, 2018, s. 9). Obchodní závod je definován v § 502 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku jako „organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu.“ Pojem podnik se ale nadále užívá dál, jelikož se jedná o zavedenou a běžnou terminologii (Čížinská, 2018, s. 10).

Mrkvička (2013, s. 9) definuje podnik jako soubor:

- **hmotných složek** – majetek podniku např. budovy, stroje,
- **nehmotných složek** – dobré jméno podniku, licence, patenty, obchodní značka,
- **osobní složky podnikání** – znalosti a zkušenosti pracovníků podniku.

Podnik lze podle Mrkvičky (2013, s. 21) členit:

- **dle předmětu činnosti** na výrobní, obchodní, peněžní, dopravní a spojové,
- **dle právní formy** na samostatné podnikatele či obchodní společnosti,
- **dle velikosti** na velké, střední, malé a také drobné podnikatele.

Následující Tabulka 1 znázorňuje členění podniku v České republice dle velikosti.

Tabulka 1 Klasifikace podniků v ČR

Podnik	Počet zaměstnanců	Roční obrat v mil. Kč	Aktiva (majetek) v mil. Kč
Velký	>250	>980	>1 450
Střední	<250	<980	<1 450
Malý	<50	<180	<250
Drobný podnikatel	<10	<180	<250

Zdroj: Mrkvička, 2013, s. 21

3.1.4 Právní forma podnikání

Právní řád nabízí mnoho právních forem podnikání, přičemž samotnou volbu určité právní formy zpravidla ponechá na vlastnících či zakladatelích, aby odpovídala jejich ekonomickým či jiným potřebám. Právní formou je dán právní rámec podnikání. Ručení, jednatelské oprávnění, zdanění a další důležité faktory ovlivňující dosahované výsledky závisí na volbě právní formy. (Wöhe a Kislíngrová, 2007, s. 225)

Fyzická osoba – živnost

Fyzickou osobou je občan, který podniká na základě živnostenského oprávnění, tedy si vyřídí živnostenský list (případně se přihlásí jako zemědělec) a splní další podmínky pro podnikání vyplývající ze živnostenského zákona, občanského zákoníku, daňových zákonů, zákonů o důchodovém, sociálním a zdravotním pojištění (Právní formy podnikání pro fyzické a právnické osoby, 2014). „Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku“ (Zákon č. 455/1991 Sb., § 2). Proto živnostník vystupuje pod svým jménem a ručí za své podnikatelské aktivity celým svým majetkem.

Živnostenský zákon dělí živnosti především podle podmínek získání živnostenského oprávnění na dvě skupiny (Zákon č. 455/1991 Sb., § 9):

- **Živnosti ohlašovací** – oprávnění provozovat ohlašovací živnost vzniká podáním

písemného ohlášení, tedy není potřeba souhlas či rozhodnutí živnostenského úřadu. Mezi ohlašovací živnosti patří živnosti řemeslné, volné a vázané.

- **Koncesované živnosti** – mohou být provozovány pouze na základě koncese. Na vydání koncesní listiny není právní nárok. Mezi koncesované živnosti patří obory, u kterých je riziko ohrožení života, zdraví, majetku a zákonem chráněných veřejných zájmů zvláště vysoké.

Výhody živnostenského podnikání (Veber a Srpová et al., 2012, s. 71):

- jednoduché a rychlé zahájení činnosti bez vysokých správních nákladů,
- není potřebný vstupní kapitál,
- jednoduché ukončení či přerušení živnosti,
- nezávislost při rozhodování.

Nevýhody živnostenského podnikání (Veber a Srpová et al., 2012, s. 71):

- vysoké riziko plynoucí z neomezeného ručení majetkem podnikatele,
- omezené získání bankovních úvěrů,
- vysoké nároky na odborné a ekonomické znalosti podnikatele,
- sazba daně z příjmů je v nejvyšším pásmu.

Právnícká osoba – obchodní korporace

Právnícké osoby jsou definovány zákonem č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích jako **obchodní korporace**.

Česká legislativa zná pět druhů korporací:

Společnost s ručením omezeným – jedná se o nejrozšířenější formu společnosti, může být založena fyzickými nebo právníckými osobami. Od roku 2014 je minimálním vkladem pouhá 1 Kč a je možné založit společnost o jednom až padesáti společnících. Společnost ručí za závazky veškerým majetkem a společníci ručí za závazky společnosti do výše nesplaceného vkladu. (Právní formy podnikání pro fyzické a právnícké osoby, 2014)

Výhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 74):

- výše základního kapitálu může činit pouze 1 Kč,
- omezené ručení společníků,
- možnost vložení i nepeněžitěho vkladu.

Nevýhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 74):

- založení společnosti je administrativně náročnější,
- společnost je v důsledku omezeného ručení hodnocena jako méně důvěryhodná než osobní nebo akciová společnost.

Akciová společnost – patří mezi nejstarší právní formy, mezi malými a středními podniky pro svou náročnost není příliš běžná (Veber a Srpová et al., 2012, s. 74). Společnost může založit jeden zakladatel (pouze právnická osoba) nebo více zakladatelů. Základní kapitál je rozvržený na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě. Základní kapitál při veřejné nabídce akcií musí být v minimální hodnotě 20 000 000 Kč a bez veřejné nabídky akcií musí být v minimální hodnotě 2 000 000 Kč. Společnost ručí za závazky celým svým majetkem, akcionáři neručí za závazky společnosti (Právní formy podnikání pro fyzické a právnické osoby, 2014).

Výhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 75):

- akcionáři neručí za závazky společnosti,
- snadný přístup ke kapitálu,
- společnost je velmi dobře hodnocena ze strany obchodních partnerů.

Nevýhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 75):

- vysoký základní kapitál,
- nejvyšší míra právní regulace,
- povinnost zveřejňování údajů z účetní závěrky,
- administrativně náročné založení a řízení společnosti.

Veřejná obchodní společnost – je založena minimálně 2 osobami, které ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně svým majetkem. Základní kapitál není stanoven. (Právní formy podnikání pro fyzické a právnické osoby, 2014)

Výhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 72–73):

- není potřebný vstupní kapitál,
- společnost působí v důsledku neomezeného ručení společníků důvěryhodněji a solidněji,
- snadný přístup ke kapitálu.

Nevýhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 72–73):

- osobní riziko plynoucí z neomezeného ručení majetkem společníků,
- konflikty v řízení společnosti.

Komanditní společnost – je založena alespoň dvěma společníky, kdy jeden musí být komanditista a ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu a druhý společník komplementář, který ručí celým svým majetkem. Společnost vedou komplementáři. U nás se tato forma podnikání vyskytuje zřídka. (Právní formy podnikání pro fyzické a právnické osoby, 2014)

Výhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 73):

- není potřebný velký vstupní kapitál,
- zisk se dělí dle společenské smlouvy.

Nevýhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 73):

- sepsání velmi podrobné společenské smlouvy,
- riziko názorové neshody mezi komanditisty a komplementáři.

Družstvo – „je společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání. Družstvo má nejméně 3 členy (Zákon č. 90/2012 Sb., § 552, odst. 1–2).“ Družstvo ručí za závazky celým svým majetkem, ale členové neručí za závazky družstva. Podstatou družstva je skutečnost, že jeho členové do družstva nevnaší peníze, ale většinou jiné majetkové hodnoty (např. v zemědělských družstvech to bývá půda). Tato forma podnikání je v České republice na ústupu (Právní formy podnikání pro fyzické a právnické osoby, 2014).

Výhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 75–76):

- členové neručí za závazky družstva,
- jednoduché přijetí a vystoupení člena.

Nevýhody (Veber a Srpová et al., 2012, s. 75–76):

- k založení je potřeba minimálně 5 členů,
- nutnost zřízení nedělitelného fondu.

3.2 Podnikatelský plán

3.2.1 Charakteristika podnikatelského plánu

Na začátku by měla být zodpovězena otázka „Proč vytvořit a sestavit podnikatelský plán?“ Myšlenky a nápady nosí podnikatelé většinou jen v hlavě a nechtějí svoje nápady zveřejňovat. Ale v okamžiku, kdy se rozhodnout svoje nápady realizovat, přestane toto přesvědčení platit. (Srpková et al., 2011, s. 14)

Podnikatelským plánem si lze představit písemný dokument, který zpracovává podnikatel. Jsou zde popsány všechny klíčové vnější i vnitřní faktory, které souvisejí se založením podniku a také s jeho chodem (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 11). Podnikatelský plán je dle Srpkové et al. (2011, s. 14) určen k potvrzení nebo vyvrácení životaschopnosti a reálnosti a také je určen k podrobnému popisu zamýšlených marketingových, provozních a finančních činností, které jsou nezbytné k tomu, aby se podnik úspěšně dostal na stanovený trh.

3.2.2 Důvody sestavování podnikatelského plánu

Podnikatelský plán slouží k interním účelům podnikatele a pro předložení externím uživatelům, kteří jej budou vyžadovat.

Na podnikatelský plán je proto možné nahlížet z hlediska dvou různých účelů:

- **interní účely** – podnikatelský plán je určený především pro majitele, management, zakladatele nového podniku. Ti si musí vytýčit jasné cíle, uvědomit si veškerá rizika, překážky, které bude nutné překonat, nastavit si dosažitelný časový horizont (Co je podnikatelský plán, 2006). Dle Staňkové (2007, s. 99) je pro interní účely nástrojem analýzy, stanovení vize a cílů podniku, dále také kompletním dokumentem obsahující záměr a strategii, pomocí níž chce podnik dosáhnout cílů a je také nástrojem po posouzení technickoekonomické smysluplnosti investičního záměru,
- **externí účely** – pro tyto účely podnikatelský plán slouží v případech, kdy společnost žádá o investici či úvěr nebo pro zájemce o koupi společnosti (Staňková, 2007, s. 99). Externí subjekty vyžadují propracovaný podnikatelský plán právě z důvodu rozhodnutí, zda je společnost vhodným kandidátem pro investice a zda je projekt pro investora dostatečně výhodný (Co je podnikatelský plán, 2006).

3.2.3 Požadavky na vypracování podnikatelského plánu

Při zpracování podnikatelského plánu by měly být dodrženy obecně platné zásady, proto by podnikatelský plán měl (Fotr a Souček, 2005, s. 309):

- být stručný a přehledný,
- být jednoduchý a nezacházet do podrobnějších technických detailů,
- být pravdivý a střízlivě realistický,
- prezentovat výhody produktu či služby pro uživatele a zákazníky,
- prezentovat konkurenční výhodu a silné stránky společnosti,
- ukazovat i slabá místa a rizika projektu,
- prokázat schopnost společnosti dostát svých závazků,
- prokázat zhodnocení vloženého kapitálu atd.

Bohužel, i když je podnikatelský plán zpracován kvalitně, nezaručuje úspěšnost projektu, poněvadž se jedná o rizikový projekt. Na druhou stranu může snížit riziko jeho neúspěchu, který by mohl ohrozit stabilitu nebo i dokonce existenci společnosti. (Fotr a Souček, 2005, s. 309)

3.2.4 Struktura podnikatelského plánu

Obsah podnikatelského plánu není přesně stanoven. Zainteresované osoby mají jiné požadavky na obsah, strukturu a rozsah podnikatelského plánu (Srpková et al., 2007, s. 11). Pokud jde o strukturu plánu lze v praxi i podnikatelské literatuře nalézt různě doporučovaná strukturování plánu. Odlišnosti jsou pouze v různě pojaté formě plánu – strukture a názvech kapitol, ale obsah a charakter informací je stejný (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 72).

Následující pozměněná podoba podnikatelského plánu byla inspirována v knize Podnikatelský plán a strategie od Jitky Srpkové et al. (2011, s. 14–15), kdy se jedná o maximální možnou podobu a nemusí se vždy uplatnit všechny body. Tato struktura obsahuje:

- Titulní list
- Obsah
- Exekutivní souhrn
- Popis podniku
- Popis produktu
- Analýza prostředí
- Marketingová strategie

- Personální zdroje
- Finanční plán
- Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu (SWOT analýza)
- Analýza rizik
- Přílohy

1. Titulní strana

Titulní strana by měla obsahovat jméno a logo společnosti, název podnikatelského plánu, základní popis podniku, jména důležitých osob, datum založení společnosti atd. Často je zde také uvedeno prohlášení: „Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora.“ (Srpová et al., 2011, s. 15)

2. Obsah

Obsah slouží pro lepší a rychlejší orientaci čtenáře podnikatelského plánu. Obsah by měl být krátký a neměl by být podrobněji členěný. (Srpová et al., 2011, s. 15)

3. Exekutivní souhrn

V knize Jak napsat podnikatelský plán (2005, s. 51–53) je exekutivní souhrn definován jako písemný úvod a zároveň krátké shrnutí podnikatelského plánu. Je důležité v maximální míře zaujmout čtenáře. Ti se totiž na základě exekutivního souhrnu rozhodují, zda mají dále pokračovat ve čtení celého podnikatelského plánu. Exekutivní souhrn je tedy stručné shrnutí nejdůležitějších bodů podnikatelského plánu (Koráb a Mihalisko, 2005, s. 28–29). Exekutivní souhrn podnikatelského plánu nebo též nazýván „Executive Summary“ by měl být napsán až na samý konec. Neměl by být příliš dlouhý, maximálně 1 až 2 strany (Berry, c1996–2019).

4. Popis podniku

V této části podnikatelského plánu je představena samotná společnost. Popis podniku by měl obsahovat historii firmy, tedy informace o její dosavadní činnosti, významných úspěších, o současnosti firmy a o plánované budoucnosti. Dále je doporučeno uvést datum jejího založení, právní formu, vlastnickou strukturu, oblasti činnosti, hlavní produkty a další základní informace o společnosti. (Srpová et al., 2011, s. 18)

Po této části by měla následovat definice **vize**, tedy představa o tom, kam bude společnost směřovat. Od vize společnosti jsou poté stanoveny **cíle společnosti**. Tyto cíle společnosti by měly být SMART, tedy (Podnikatelský plán a strategie, 2012):

- **S** – specific – specifické, přesně popsané,
- **M** – measurable – měřitelné,
- **A** – achievable – atraktivní, akceptovatelné,
- **R** – realistic – reálné,
- **T** – timed – termínované.

Formulovat cíl by měl podnikatel krátce. Cíle společnosti by měly být stanovené maximálně na dobu pěti let s konkretizací na jeden až dva roky. (Podnikatelský plán a strategie, 2012)

5. Popis produktu

Společnost může prodávat výrobek nebo nabízet službu. Pokud bude nabízet výrobek, měl by být výrobek v podnikatelském plánu podrobně popsán a mělo by být uvedeno, k čemu bude výrobek sloužit. Dále by mělo být uvedeno, zda se jedná o nový produkt nebo již zavedený. Srozumitelně by měly být shrnuty jeho technické charakteristiky a také doplňující služby, kterou jsou nabízeny k výrobku např. servis, údržba, školení, instalace, montáž apod. V případě nabízení služby by mělo být uvedeno jaká služba je poskytována, v čem spočívá a které zařízení nebo vybavení je k tomu zapotřebí. (Srpková et al., 2007, s. 15)

V podnikatelském plánu by měly být zdůrazněny výhody odlišné od konkurence tedy **konkurenční výhoda**. Dále je důležité zdůraznit **užitek pro zákazníka**, tedy jaký prospěch bude mít zákazník z produktu a proč nemají kupovat produkt od konkurence. (Srpková et al., 2011, s. 17)

6. Analýza prostředí

Podnikatel ke svému rozhodování potřebuje mnoho informací o různých oblastech a faktorech, které ovlivňují podnik a jeho okolí. Tyto informace poté slouží ke stanovení marketingových cílů, marketingových strategií, a především k samotnému marketingovému plánování (Blažková, 2007, s. 53). Prostředí se dělí na makrookolí a mikrookolí podniku.

Analýza makroprostředí

Tato analýza slouží k poznání externího okolí podniku. Vlivy externího světa jsou pro podnik zpravidla neovlivnitelné. Pro podnik je důležité, aby tyto vlivy znal, posoudil jejich vývoj a snažil se externímu okolí přizpůsobit. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 61)

Pro zkoumání makroprostředí je vhodné použít **PEST analýzu**. Název analýzy PEST je tvořen počátečními písmeny, které znamenají různé typy vnějších faktorů (Blažková, 2007, s. 53–54):

- **P – Political – politické** – např. legislativa určující podnikání a zdanění, ochrana spotřebitelů, pracovní právo, vládní rozhodnutí,
- **E – Economical – ekonomické** – např. HDP, monetární politika, inflace,
- **S – Social – sociální** – např. demografické faktory, pracovní mobilita, vzdělání,
- **T – Technological – technologické** – např. vládní výdaje na výzkum, nové objevy, patenty.

Nejde však o podrobné a zdlouhavé zkoumání a popis všech faktorů, ale o vytipování těch nejvýznamnějších, které ovlivňují nebo budou ovlivňovat podnik (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 63). Někdy bývá použita jako vstup analýzy vnějšího prostředí do SWOT analýzy (PESTLE analýza, 2015).

Analýza mikroprostředí

„Analyzovat mikroprostředí našeho budoucího podniku znamená především posoudit charakteristiku trhu, na němž chceme svoje podnikání realizovat.“ Kromě analyzování trhu samotného, jeho vývoje, je důležité především analyzovat zákazníky, dodavatele a konkurenci. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 64)

Začínající podnikatelé si často myslí, že v daném odvětví neexistuje konkurence. To se ale většinou mýlí. Proto je velice důležité při zpracování podnikatelského plánu důkladně analyzovat **konkurenci** (Srpková et al., 2011, s. 21). Základním úkolem je identifikovat hlavní konkurenty, kteří působí na stejných trzích, ale také posoudit potencionální konkurenty (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 64). Dalším krokem je určit jejich přednosti a nedostatky. (Srpková et al., 2011, s. 21)

Dále je řádné uvést **zákazníky** a zamyslet se, kdo bude produkt kupovat (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 65). Srpková et al. (2011, s. 19–20) uvádí, že se uvede taková skupina

zákazníků, která má ze služby či výrobku značný užitek, má k poskytované službě či výrobku snadný přístup a je za ně ochotna zaplatit.

V případě **dodavatelů** jde především o analýzu dodavatelů zboží, materiálu, komponentů, tedy všech vstupů potřebných k poskytování služeb a stabilitu dodávek. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 64)

7. Marketingová strategie

Marketing je úzce spjat s konečnou úspěšností dané společnosti. Marketingová strategie v zásadě řeší tři typy rozhodnutí, a to výběr cílového trhu, určení tržní pozice produktu a rozhodnutí o marketingovém mixu. Jako východisko pro výběr cílového trhu firmy považuje segmentaci trhu. Určením tržní pozice produktu se snaží dosáhnout postavení na trhu, u kterého je důležité vyniknutí u zákazníka a odlišení se od konkurence. (Srpková et al., 2011, s. 22)

S ohledem na vybraný tržní segment a pozici produktu se následně volí **marketingový mix**. Obvykle se marketingový mix skládá ze čtyř nástrojů – **4P**: produkt, cena, distribuce a propagace (Srpková et al., 2011, s. 23). Obrázek 1 znázorňuje čtyři nástroje marketingového mixu včetně uvedení příkladů k jednotlivým nástrojům.

Obrázek 1 Marketingový mix 4P



Zdroj: Marketingový mix, c2011-2017

Nejvýznamnější část marketingového mixu tvoří **produkt**. Produkt je položka, která je vyrobena tak, aby uspokojila potřeby určité skupiny lidí. Může být nehmotný nebo hmotný, jelikož se vyskytuje ve formě služeb či zboží (Acutt, c2019). V rámci produktové politiky podnik řeší, které produkty bude nabízet, jeho vlastnosti (design, značka, balení, záruka atd.) a vývoj (Srpková et al., 2011, s. 23–24).

Další významnou složkou marketingového mixu je **cena**. Rozhodování o ceně je jedním z nejsložitějších úkolů. Stanovení její výše vychází z nákladů, slevy, dopravného a režijní přírážky. Cena je také závislá na poptávce po výrobku či službě. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 64)

Distribuce nebo také způsob dodání produktu zákazníkovi si určuje každá firma sama. Nejeфекtivnější cesta je ta, která poskytne co největší užitek zákazníkům. Hlavními kanály jsou dodávky přímo od výrobce (např. vestavěná skříň na míru), maloobchod (např. pečivo v supermarketech) a velkoobchod, který dodává do maloobchodních sítí (např. potraviny v malých prodejnách). (Bednářová a Škodová Parmová, 2010, s. 86)

Nejviditelnější složkou marketingového mixu je **propagace**. Prostřednictvím vybrané komunikační politiky se snaží plnit ekonomické cíle, tj. motivovat zákazníky k samotnému nákupu, informační cíle, tj. poskytovat informace o výrobku, jeho vlastnostech, kvalitě, způsobu užití a emocionální cíle, tj. stimulovat pozitivní postoj u zákazníků k produktu (Srpková et al., 2011, s. 26). Za základní formu podpory prodeje se považuje reklama a propagace, public relations (vztahy s veřejností), osobní prodej aj. V rámci podnikatelského plánu by se měl zvažovat pouze hrubý nástin vhodných forem podpory prodeje, který je potřeba pro určení nákladů, kdy podrobnější specifikace bude možná až po uvedení projektu na trh (Fotr a Souček, 2005, s. 40).

8. Personální zdroje

V této části podnikatelského plánu jsou představeny osoby, které se aktivně účastní na činnosti podniku jako vedoucí pracovníci a ostatní zaměstnanci. Začlenění této kapitoly do podnikatelského plánu závisí na typu podnikání. V případech pouze jedné zainteresované osoby či mikrofirem je tato kapitola spíše zbytečná. V opačném případě je třeba personální oblast zpracovat detailně – přesně specifikovat počty a pracovní pozice, kvalifikace, způsob hledání zaměstnanců a jiné. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 87)

9. Finanční plán

Prostřednictvím finančního plánu jsou transformovány předchozí části podnikatelského plánu do číselné podoby. Tímto způsobem se prokazuje reálnost podnikatelského plánu z ekonomického hlediska (Srpková et al., 2011, s. 28). Pokud chce podnikatel začít podnikat, bude potřebovat dostatek finančních prostředků na založení podniku a také dostatek prostředků do té doby, než bude mít podnik zisk. Dále je potřeba naplánovat výši prostředků na běžnou činnost (Srpková et al., 2007, s. 26).

Plánování výnosů a příjmů

Je potřeba rozlišovat mezi výnosy a příjmy. **Výnosy** jsou peněžité částky za určité období a vyjadřují výsledky z podnikání, kdy nezáleží, zda byly tržby uhrazeny. **Příjmy** jsou peněžní částky, které firma skutečně získala, za prodané služby nebo výrobky, tedy je má v pokladně nebo na svém účtu. Pokud tedy firma vede podvojný účetnictví, dostává se tak do rozporu s reálnými příjmy firmy. Důležité je tedy nejen produkty prodat, ale také zajistit příjem z těchto produktů. (Srpková et al., 2011, s. 28–29)

Plánování nákladů a výdajů

Náklad představuje peněžní vyjádření spotřeby podniku, kdy nezáleží na tom, zda proběhla či neproběhla finanční transakce (Scholleová, 2008, s. 21). Náklady nejsou shodné s výdaji. **Výdaj** znamená pokles finančních prostředků podniku a neznámá vždy tvorbu hodnoty. Výdaj se promění v náklad tehdy, když vejde do tvorby výrobku nebo služby. Náklady lze dělit podle druhu (materiálové, mzdové, energetické, odpisy aj.), účelu, činností (finanční, provozní) a vazby na změnách objemu výroby a působení na náklady fixní a variabilní (Srpková et al. 2007, s. 27). Variabilní a fixní náklady slouží k výpočtu bodu zvrátu – stanovení objemu výroby, kdy tržby se rovnají celkovým nákladům, tedy když tržby pokryjí veškeré náklady (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 133).

Finanční výkazy

V rámci finančního plánu se sestavuje plán peněžních toků (cash flow), výkaz zisků a ztrát a plánovaná rozvaha. (Srpková et al., 2011, s. 29)

Rozvaha je „účetní výkaz, který eviduje stav majetku a kapitálu v podniku k určitému datu.“ Majetek představují aktiva a kapitál, za který byl majetek pořízen, představují pasiva. Rozvaha

se neustále mění během roku, ale je důležité, aby byl zachován bilanční princip, to znamená, že aktiva se rovnají pasivům, tedy jakákoliv změna se nemůže odrazit jen v jedné položce (Scholleová, 2008, s. 19). Plánovaná rozvaha znázorňuje očekávanou strukturu majetku firmy a zdrojů jeho financování, sestavuje se ke dni zahájení podnikatelské činnosti, za první pololetí a pak vždy k 31. 12. daného roku (Srpková et al., 2007, s. 28).

Výkaz zisku a ztrát nebo také nazýván výsledovka je účetní výkaz, který sleduje hospodaření podniku za určité období. Výkaz zisku a ztrát sleduje vždy výnosy a náklady k určitému období, proto je důležité znát začátek a konec tohoto období, za který se výsledovka sestavuje, obvykle se jedná o kalendářní rok. Náklady a výnosy sledujeme v peněžním vyjádření, ale nejedná se vždy o toky skutečných peněz (Scholleová, 2008, s. 21). Na počátku je vhodné vypracovat výkaz podrobněji, poté opět stačí roční údaje (Srpková et al., 2011, s. 30).

Po rozvaze a výsledovce je důležité mít přehled o skutečných peněžích, které do podniku přicházejí a z podniku odcházejí. Z tohoto důvodu se stavuje **výkaz o peněžních tocích – cash flow**. Sleduje tedy příjmy (peníze, které do podniku opravdu přišly) a výdaje (peníze, které z podniku opravdu odešly) (Scholleová, 2008, s. 30–41). Na počátku by měl být výkaz zpracován dle kapitálové náročnosti podnikání detailněji a poté již stačí roční údaje (Srpková et al., 2011, s. 30).

Všechny sestavené finanční výkazy by měly být naplánované až do doby vykázání zisku, splacení úvěru nebo životnosti investice. Příznivý vývoj finanční situace podniku prokazují poměrové ukazatele finanční analýzy, které vypovídají o efektivnosti podnikatelského plánu. Mezi ně patří ukazatelé rentability, likvidity, aktivity a zadluženosti. Doporučuje se vypracovat realistickou, pesimistickou a optimistickou variantu finančního plánu. (Srpková et al., 2011, str. 30)

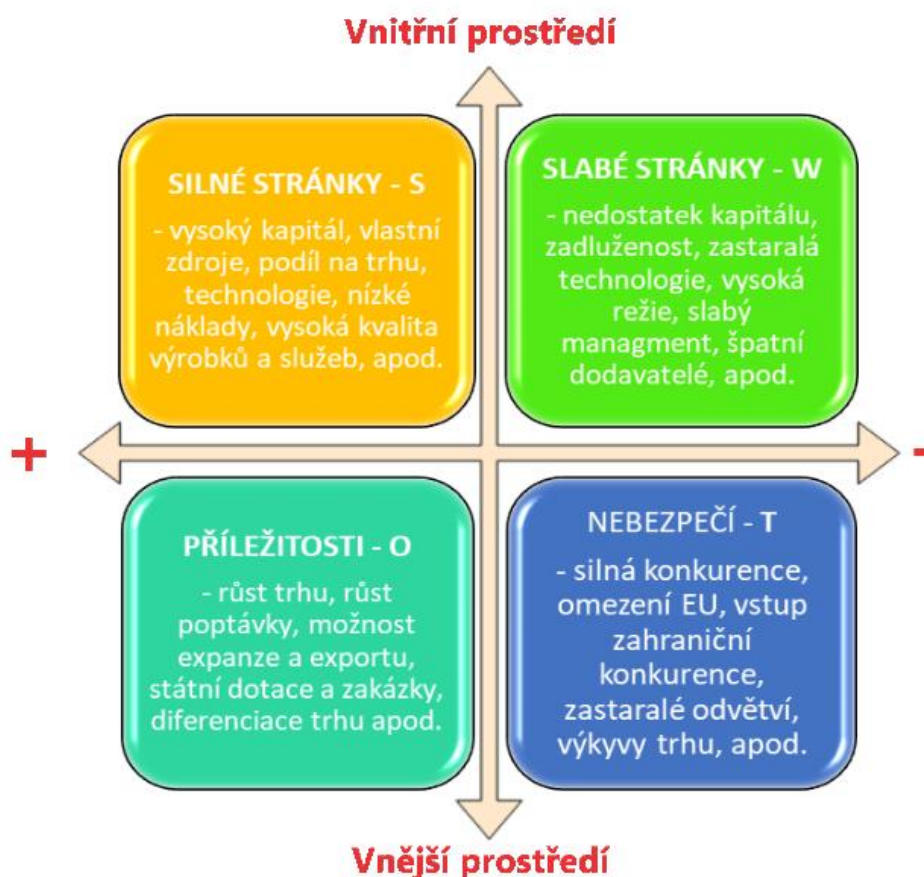
10. Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu (SWOT analýza)

V této kapitole podnikatelského plánu by se měl podnikatel věnovat zvážení všech silných a slabých stránek a také příležitostí a hrozeb podnikatelského plánu. Pro toto zjištění slouží tzv. SWOT analýza (Srpková et al., 2011, s. 31):

- **S** – strengths (silné stránky),
- **W** – weaknesses (slabé stránky),
- **O** – opportunities (příležitosti),
- **T** – threats (hrozby).

Silné a slabé stránky patří mezi **interní faktory**, nad kterými má podnik částečnou kontrolu a tyto faktory lze ovlivnit (např. výborné nebo špatné manažerské dovednosti, výjimečnost nebo průměrnost výrobku). **Hrozby a příležitosti** patří mezi **externí faktory**, které jsou neovlivnitelné, ale podnik by měl na ně reagovat (např. legislativa, politika, životní prostředí, trh) (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 72). V Obrázku 2 jsou uvedeny příklady silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí.

Obrázek 2 SWOT analýza



Zdroj: Filák, 2018

11. Analýza rizik

Riziko a nejistota jsou podstatným faktorem, které ovlivňují lidské aktivity, a to zejména aktivity podnikatelské. Výsledky těchto aktivit jsou nejisté a může dojít k **odchýlení od naplánovaných nebo předpokládaných výsledků**. Proto je velice důležitá kvalita přípravy projektu, která ovlivňuje následně jeho úspěšnost. Existují ale i rizika, která jsou z větší části neovlivnitelná, a i přes kvalitně zpracovaný a realizovaný projekt, nezaručuje dosažení naplánovaných výsledků (Fotr a Hnilica, 2014, s. 14).

Součástí každého podnikatelského plánu by měla být **analýza rizik**. Tato analýza se snaží předcházet negativním dopadům možného vývoje vybraných rizikových atributů. Možné rizikové faktory mohou být trhy, produkt, obchody, management, vlastní vývoj, kvalita, zdroje, produktivita, sklady a jiné. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008, s. 89–90)

Analýza rizik může být prováděna například pomocí expertního hodnocení nebo analýzou citlivosti (Srповá et al., 2011, s. 32):

- „**expertní hodnocení** faktorů rizika je víceméně odborným odhadem jejich významnosti vzhledem k plánovaným cílům firmy. Významnost faktorů rizika se posoudí podle dvou hledisek: pravděpodobnosti jejich výskytu a intenzity negativního vlivu,“
- „**analýza citlivosti** obvykle zjišťuje citlivost hospodářského výsledku na faktory, jež jej ovlivňují. Nejčastěji sledovanými faktory ovlivňujícími hospodářský výsledek jsou výše poptávky, realizovatelná tržní cena našich produktů s ohledem na konkurenci a změny fixních nebo variabilních nákladů.“

Mezi opatření ke snížení rizika patří diverzifikace, dělení rizika, transfer rizika na jiné subjekty, etapový přístup k projektu a další (Srповá et al., 2011, s. 32–33). Rizika, se kterými se podnikatel musí vypořádat, mohou být ovlivnitelná nebo neovlivnitelná, vnější nebo vnitřní, systematická nebo nesystematická, podnikatelská, primární či sekundární (Fotr a Hnilica, 2014, s. 20–21).

12. Přílohy

Tvoří je dokumenty, jež díky svému rozsahu či charakteru nemohou být umístěny do hlavní části samotného plánu, ale jsou natolik nezbytné, aby byly jeho součástí (Srповá et al., 2007, s. 30). Jedná se např. o výpisy z obchodního rejstříku, detailní technologické popisy, životopisy důležitých osob, certifikáty, smlouvy, výsledky průzkumu trhu atd. (Plhoňová, 2011, s. 64)

3.3 Možnosti financování

Na začátku se hned nabízí tři otázky (Scholleová, 2008, s. 49)

- Kolik bude potřeba kapitálu?
- V jaké struktuře ho zajistit?
- Do čeho ho dále investovat?

Aby podnikatel mohl vyvíjet svoji činnost a tím tvořit zisk a zvyšovat hodnotu podniku, potřebuje kapitál. Podnik potřebuje ke své činnosti pořídit majetek a výše kapitálu se odvíjí od hodnoty majetku (Scholleová, 2008, s. 49). Potřeba kapitálu se odvíjí od druhu podnikání či objemu produkce, kdy výše počátečního kapitálu závisí na právní formě podnikání (Plhoňová, 2011, s. 65).

Podnik může využít zdroje vlastní nebo také zdroje cizí. Při vzniku nového podniku je jako nejrozšířenější formou zdroje používán vlastní kapitál doplněný o bankovní úvěr či leasing. (Plhoňová, 2011, s. 65)

3.3.1 Vlastní zdroje

Za vlastní zdroj podnikání jsou považovány **vklady vlastníků**. Tento kapitál vkládají vlastníci či společníci jako počáteční vklady a jejich výše je stanovena zákonem. Za významný zdroj samofinancování je považován **zisk**. Zisk ale nepatří mezi stabilní zdroje financování. K dalším vlastním zdrojům patří **odpisy**. „Odpisy vyjadřují postupné opotřebení dlouhodobého majetku za určité období v penězích“. Postupně přenáší cenu majetku do nákladů a tím snižují jeho výši (Plhoňová, 2011, s. 65–66). Oproti zisku jsou odpisy považovány za stabilní zdroj (Čížinská, 2018, s. 137–138).

3.3.2 Cizí zdroje

Financování pomocí cizího zdroje je vhodné především, když (Plhoňová, 2011, s. 65):

- podnik nemá dostatek vlastních zdrojů,
- podnikatel nechce zasahovat do svých řídicích pravomocí,
- je potřeba překlenout časový rozdíl mezi příjmy a výdaji.

Mezi základní cizí zdroje patří úvěry. Dalšími možnými zdroji mohou být leasing, faktoring, forfaiting, dluhopisy, tiché společenství aj. Cizí zdroje na druhou stranu snižují finanční stabilitu firmy, tedy zvyšují zadluženost firmy. Každý další cizí zdroj je dražší, poněvadž přináší bankám větší riziko. Podniky mohou ztrácet kontrolu nad svým podnikem. (Srpková et al., 2011, s. 144–145)

Jednou z nejpoužívanějších forem externího financování jsou **bankovní úvěry**. Úvěry se nejčastěji dělí na úvěry krátkodobé (doba splatnosti do 1 roku), střednědobé (doba splatnosti do 5 let) a dlouhodobé (doba splatnosti nad 5 let). Cenu za poskytnutý úvěr představuje úrok.

Cenu ovlivňuje především bonita klienta a také doba splatnosti úvěru. Dlouhodobý úvěr je zpravidla dražší než úvěr krátkodobý, jelikož s delší dobou splatnosti roste riziko věřitelů, a proto je požadován větší výnos (Srpová et al., 2011, s. 147). I když úvěry neomezují vlastníka v řízení firmy, jak je tomu v případě přímých investorů, kteří se chtějí podílet na řízení firmy, může výše úvěru spolu s úrokem negativně ovlivňovat aktivity firmy. Malé firmy jsou považovány za rizikovější než velké společnosti, proto platí často vyšší úroky. Ale i tak mohou být považovány úvěry s vyššími úroky za přijatelnější formu financování, než samotní přímí investoři (Staňková, 2007, s. 27–28). Důležité je uvést, že úroky z úvěru jsou daňově uznatelným nákladem a snižují základ daně (Srpová et al., 2011, s. 147).

3.4 Shrnutí teoretické části

Cílem bakalářské práce je vznik a realizace podnikatelského plánu určený pro výstavbu penzionu. K realizaci tohoto cíle existuje dostatek odborné literatury, jak v českém jazyce, tak v anglickém jazyce. V teoretické části byly použity informace z více odborných zdrojů. Je důležité, aby podnikatelský plán byl sepsán pravdivě a realisticky, tak aby případně mohl oslovit investory. Obsah podnikatelského plánu zahrnuje i body, které v praktické části nemusí být realizovány. Budou využity pouze ty body, které souvisí s realizací tohoto konkrétního podnikatelského plánu.

4 PRAKTICKÁ ČÁST

4.1 Titulní list

Penzion u Šrámků

Obrázek 3 Logo penzionu



Zdroj: Vlastní zpracování

Předmět podnikání:

Ubytovací služby, pronájem společenské místnosti, ochutnávky a řízené degustace, prodej
vína

Název společnosti: KOSR Acco s.r.o.

Jednatel: Ing. Jiří Šrámek

Právní forma podnikání: společnost s ručením omezeným

Místo podnikání: Znojmo-Oblekovice

Kontakt: www.penzionusramku.cz, tel.: +420 606 720 637, penzionusramku@seznam.cz

Datum vyhotovení: 30. 4. 2020

Autor: Šárka Doušková, DiS.

Všechny informace tohoto podnikatelského plánu jsou důvěrné. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být rozmnožována, kopírována a předávána třetím osobám bez písemného souhlasu autora nebo výše uvedeného jednatele společnosti.

4.2 Exekutivní souhrn

Předmětem podnikatelského záměru je výstavba rodinného penzionu ve městě Znojmo v části zvané Oblekovice. Zahájení provozu penzionu je plánováno na počátek roku 2022. Pozemek, na kterém bude výstavba penzionu probíhat, se nachází v lokalitě mezi vinnými sklepy. Nově vybudovaný penzion bude poskytovat ubytovací služby, řízené degustace, pronájem pro oslavy a společenské akce.

Součástí pozemku je nově zrekonstruovaný sklep. Majitel vlastní ve stejné lokalitě další vinný sklep, kde dlouhá léta vyrábí vlastní víno. Výstavbou penzionu dojde k rozšíření služeb poskytované zákazníkům. Majitel založil společnost s ručením omezeným dne 22. 3. 2018.

Hlavní výhodou penzionu je jeho umístění. Nachází se v klidné lokalitě městské části Znojmo-Oblekovice umístěný mezi vinnými sklepy a je dostupný městské autobusové dopravě. V nejbližším okolí jsou dva přímí konkurenti. Tyto podniky však nedisponují vinným sklepem a nenabízí služby v oblasti vinařství. Největší konkurenti nabízející podobné služby sídlí v sousední obci Nový Šaldorf-Sedlešovice.

Zákazníky budou především turisté přijíždějící na jižní Moravu za vínem a cykloturistikou. Mezi první zákazníky budou patřit klienti využívající služby v prvním sklepě majitele, který se nachází 55 m od místa plánované výstavby penzionu.

Poptávka po ubytování je na Znojemsku vyšší od jara do podzimu. V tomto období se koná několik významných společensko-kulturních akcí spojených s vínem a návštěvníci hledají kvalitní a dostupné ubytování.

Představou majitele je vytvořit moderní rodinný penzion poskytující kvalitní ubytování a služby, kdy výsledkem bude spokojený zákazník, který se sem bude rád vracet.

Celkový odhad nákladů před zahájením provozu činí 8 014 614,00 Kč. Částečně společnost zajistí náklady z vlastních zdrojů. Bude nutné také získat úvěr ve výši 4 200 000,00 Kč. Doba splatnosti je plánována na 20 let s roční úrokovou sazbou zafixovanou na 5 let ve výši 3,37 % a měsíční anuitní splátkou 24 079,00 Kč.

Společnost předpokládá v prvním roce zisk ve výši 200 013,00 Kč, avšak je důležité uvést, že v nákladech nejsou zahrnuty náklady na vlastní kapitál a nebere se v úvahu mzda vlastníka. V druhém roce by se zisk zvýšil na částku 417 548,00 Kč.

4.3 Popis podniku

4.3.1 Právní forma podnikání

Majitel penzionu podniká jako fyzická osoba na základě živnostenského oprávnění od roku 1992. Provozuje živnost volnou určenou pro výrobu vína, k nákupu a prodeji hroznů a vína.

Vzhledem ke kapitálové náročnosti plánované výstavby se majitel rozhodl založit společnost s ručením omezeným. Společnost KOSR Acco s.r.o. byla založena 22. 3. 2018. Jediným jednatelem společnosti je Ing. Jiří Šrámek. Zvolit tuto formu společnosti se z hlediska druhu a rozsahu projektu jeví jako ideální řešení. Tato forma především umožní snáze dosáhnout na bankovní úvěr potřebný pro realizaci projektu a chrání osobní majetek, neboť společníci společnosti s ručením omezeným ručí za závazky společnosti pouze do výše nesplaceného vkladu.

4.3.2 Lokalita obce

Město Znojmo je druhým největším městem Jihomoravského kraje ležícím na levém břehu řeky Dyje vzdálené 65 km od Brna a 83 km od Vídně a jen 8 km od hranic s Rakouskem. Ve městě žije přibližně 40 000 obyvatel. Ve Znojmě se nachází mnoho krásných a zajímavých památek, z nichž některé jsou zapsány do seznamu kulturních památek ČR. Mezi nejznámější patří Rotunda svaté Kateřiny, Znojemský hrad, Znojemské podzemí, Znojemská radniční věž, Loucký klášter a další. Znojmo je známé nejen svým historickým centrem, památkami nebo nádherným panoramatem tyčícím se nad řekou Dyjí, ale také díky výborným vínům místních vinařů. Znojemská vinařská podoblast je jednou ze čtyř podoblastí vinařské oblasti Morava. Znojemská podoblast je vyhlášena především bílými aromatickými víny. V průběhu celého roku se ve Znojmě koná několik významných společensko-kulturních akcí spojených s vínem, z nichž nejznámější je Znojemské historické vinobraní, Festival vín VOC, který představuje mladá vína nově zařazená systémem VOC a festival Hudba Znojmo. Rozvoji turistického ruchu po krajině i po památkách ve Znojmě a okolí také napomáhají různé cyklostezky či vinné stezky. Znojensko nabízí i další zajímavá a atraktivní místa. Mezi nejatraktivnější patří známá Vranovská přehrada a její okolí spolu s Vranovským zámkem, hradem Bítov a zříceninou hradu Cornštejn. Velkým lákadlem pro turisty je Národní park Podyjí. Vodáci mohou splavit řeku Dyji ze Znojma až do obce Hrádek.

Obrázek 4 Mapa města Znojma



Zdroj: Mapy.cz, c1996–2020

Pozemek, na kterém bude výstavba penzionu probíhat, se nachází v lokalitě mezi vinnými sklepy v části zvané Oblekovice. Oblekovice se rozkládají na jihovýchodním okraji Znojma na pravém břehu řeky Dyje (Obrázek 4). V blízkosti je zastávka městské hromadné dopravy. Na Obrázku 5 je pohled na vinné sklepy ve směru na město Znojmo.

Obrázek 5 Pohled na vinné sklepy směrem k městu Znojmu



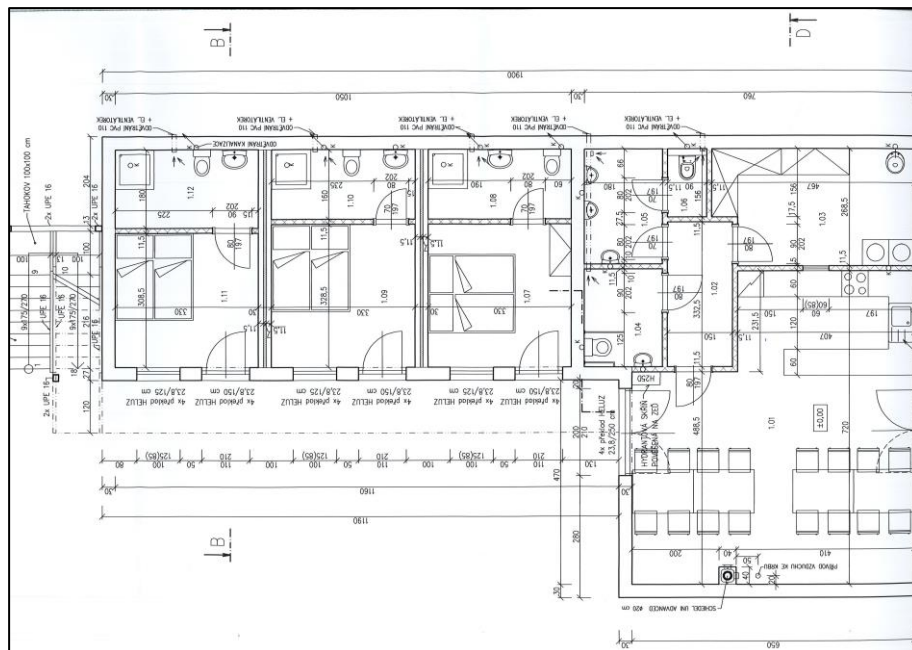
Zdroj: Mapy Google, c2020

4.3.3 Popis projektu

Stavba bude sloužit jako zázemí s ubytováním k vinnému sklepu a již na ni existuje projektová dokumentace. Stavba je v souladu s územním plánem a bude realizována na pozemku parc. č. 1685 o výměře 605 m² v k.ú. Oblekovice, který je zobrazen na Obrázku 6. Pozemek je ve vlastnictví Ing. Šrámka. Nachází se na něm vinohrad a vinný sklep a nyní je pozemek využíván k vinařství. Vinný sklep je po celkové rekonstrukci.

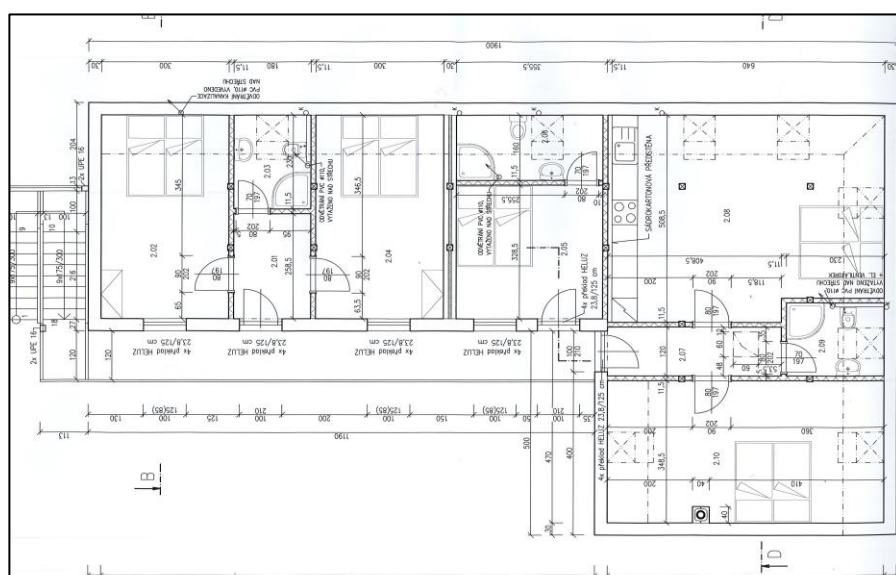
Vstup na pozemek je ze severní strany z místní komunikace vedoucí před pozemkem. V přízemí budovy se bude nacházet společenská místnost určená pro degustaci vína, společenské akce, firemní večírky a dále pro podávání snídaní. Součástí společenské místnosti bude kuchyňský kout. V přízemí se bude dále nacházet sociální zázemí, úklidová místnost a tři samostatné pokoje s vlastní koupelnou a WC, z toho jeden pokoj bude bezbariérový. Obrázek 7 a Obrázek 8 zobrazuje projekt penzionu.

Obrázek 8 Projekt penzionu – přízemí



Zdroj: Mrňa, 2018

Obrázek 9 Projekt penzionu – podkroví



Zdroj: Mrňa, 2018

V podkroví je naplánovaný jeden pokoj s vlastním sociálním zázemím, dále dva samostatné apartmány, které jsou tvořeny chodbou, dvěma pokoji a koupelnou. Součástí jednoho apartmánu je kuchyňský kout. V každém pokoji se bude nacházet televizor a v celém objektu bude k dispozici hostům WIFI připojení zdarma.

Navrhované parametry stavby:

- Zastavěná plocha 141,90 m
- Užitná plocha 237,08 m
- Obestavěný prostor 845,94 m
- Počet pevných lůžek 16
- Počet možných přistýlek 4
- Počet dvoulůžkových bezbariérových pokojů 1
- Počet dvoulůžkových pokojů 7

Objekt bude napojen na přípojku elektrické energie. Voda bude brána z vrtané studny. Splašková voda bude svedena do domovní čistírny odpadních vod. Dešťová voda bude volně pouštěna na terén na vlastním pozemku, kde dojde k jejímu samovolnému vsaku. Provoz objektu bude produkovat běžný komunální odpad, ten bude skladován na vlastním pozemku v plastové popelnici. Likvidace pevného domovního odpadu se bude řešit v souladu s místní vyhláškou.

4.3.4 Vize penzionu

Vizí majitele je vytvořit moderní rodinný penzion, poskytující kvalitní ubytování za přijatelné ceny pro všechny věkové kategorie a vytvořit takové podmínky, aby se hosté v penzionu cítili dobře a rádi se vraceli.

4.3.5 Cíle penzionu

Společnost je vlastněna jedním majitelem, který bude zároveň společnost řídit. Zájmy společnosti a vlastníka jsou identické. Cílů si majitel stanovil několik, a to jak z dlouhodobého hlediska, tak i z krátkodobého pohledu.

V krátkodobém horizontu chce majitel vytvořit kvalitní a rodinné prostředí, dostat se do povědomí klientů a zajistit si stálé klienty.

Z dlouhodobého hlediska je cílem majitele dosahovat kladného výsledku hospodaření, být konkurenceschopný a vybudovat kvalitní image. Konkrétně si majitel zvolil za cíl dosažení průměrné obsazenosti penzionu v realistické variantě tedy 40 % do 3 let a dosažení ročního zisku před zdanění ve výši 500 000,00 Kč do 3 let.

4.4 Popis produktu

Penzion bude nabízet **ubytování** ve čtyřech samostatných dvoulůžkových pokojích, z toho bude jeden bezbariérový a dvou apartmánech, které jsou tvořeny dvěma dvoulůžkovými pokoji. Celková kapacita penzionu je 16 lůžek plus 4 přistýlky. Každý pokoj a apartmán má vlastní sociální zařízení. Na přání zákazníka je možné připravit snídani z kvalitních, a především regionálních potravin. V penzionu je umístěna také kuchyně, kde mají hosté možnost vlastního vaření. V penzionu bude k dispozici zdarma WIFI připojení a celý prostor bude nekuřácký. Dle domluvy bude možné přijet s domácím zvířetem a bude účtován příplatek 50,00 Kč za noc. Na zahradě bude k dispozici venkovní posezení s koutkem pro děti. Pro zákazníky jsou k dispozici parkovací místa přímo před budovou penzionu na vlastním pozemku. Také je možné uschovat kola a další sportovní zařízení.

Ceník ubytování:

- 650,00 Kč osoba/noc bez snídaně
- 450,00 Kč osoba/noc za přistýlku
- 120,00 Kč osoba za snídani
- Děti do 6 let bez nároku na lůžko zdarma
- Domácí zvířata po domluvě 50,00 Kč/noc
- Možnost zapůjčení dětské postýlky zdarma

Společenskou místnost lze pronajmout pro oslavu narozenin, firemní večírek nebo třeba pro posezení s přáteli. Fantazii se meze nekladou. K dispozici bude útulné prostředí s celkovou kapacitou 30 osob.

Sklep, který se nachází na pozemku, slouží ke skladování a archivaci vína, ale také k přímým degustacím.

Služby, které budou nabízeny:

1. **Řízená degustace vín z vlastní produkce ve vinném sklípku zahrnuje**
 - 6 druhů vín (4 bílá, 1 růžové a 1 červené)

- bílé pečivo (neutralizační sousta)
- vodu ve džbánech
- cena degustace 260,00 Kč/osoba (minimální počet účastníků 6)

2. Večerní posezení s konzumací vína bez občerstvení zahrnuje

- konzumaci vín z vlastní produkce během večera
- bílé pečivo (neutralizační sousta)
- vodu ve džbánech
- kávu, čaj
- cena 450,00 Kč/osoba (minimální počet účastníků 10)

3. Večerní posezení s konzumací vína s občerstvením zahrnuje

- konzumaci vín z vlastní produkce během večera
- studený raut (po domluvě možný i teplý raut) – studený raut bude obsahovat vepřovou tlačenu s cibulí, domácí škvarkovou pomazánku, obloženou mísu (moravské uzené, anglická slanina, šunkový salám, eidam, uzený sýr, korbáčiky, klobása)
- vodu ve džbánech
- kávu, čaj
- cena 600,00 Kč/osoba (minimální počet účastníků 10)

4. Prodej vína z vlastní produkce

4.5 Analýza trhu

4.5.1 Zákazníci penzionu

Zákazníky penzionu a sklípku budou především **turisté, milovníci a nadšenci vína**, kteří přijíždí za vínem na jižní Moravu. Majitel vlastní vinný sklep ve vzdálenosti 55 m od penzionu. V tomto sklepe vyrábí vlastní víno a má mnohaleté zkušenosti s pořádáním degustací, společenských akcí a večírků a má již vybudovanou stálou klientelu. A právě mezi první ubytované budou patřit tyto klienti. Doposud musel majitel pro tyto klienty hledat ubytování v blízkém okolí, kam se vzhledem k větší vzdálenosti mohli dopravit pouze vlastním automobilem nebo museli využít služeb taxislužby. Dalšími zákazníky, na které se bude majitel

zaměřovat, jsou lidé hledající sportovní aktivity především cykloturisté, rodiny s dětmi, ale také návštěvníci, kteří si přijeli na jižní Moravu odpočinout a načerpat nové síly. Zákazníci budou zejména lidé středních až vyšších příjmů, středoškolského a vysokoškolského vzdělání ve středním věku. Budou to tedy především ti, kteří přijedou na jižní Moravu za vínem, moravskou gastronomií, cykloturistikou, poznáním nových míst, které Znojemsko nabízí, ale také za pohodou a soukromím. Zákazníci získají informace o nabízených službách a ubytování především na internetu. Důležité bude mít zpracované kvalitní webové stránky. Dalšími zákazníky budou ti, kteří přijedou na základě doporučení přátel a rodiny. Ve Znojmě a jeho okolí jsou každoročně pořádány významné akce spojené nejen s vinařskou tematikou (např. Znojenské vinobraní, Pivní slavnosti, Burčákfest, Slavnosti okurek, putování po sklepích, putování po vinohradech, výstavy, ochutnávky) a v těchto dnech je skoro nemožné najít kvalitní a dostupné ubytování. Na tyto klienty se také majitel zaměří. Tyto akce probíhají od jara až do podzimu a jsou pro znojemské podnikatele velice významné. Pro tyto klienty je důležité doporučení získané na stránkách vinařských akcí. O možném ubytování se potenciální klienti dozví také na samotných výstavách a ochutnávkách vín.

Dalšími možnými zákazníky jsou **malé a střední společnosti**, které se budou pravidelně scházet na společenských či pracovních akcích. Některé kontakty a zákazníky již majitel má a další bude oslovovat.

Potenciálními zákazníky budou také **místní obyvatelé**, kteří využijí společenskou místnost k pořádání oslav, setkání s přáteli, k večírkům a také k řízeným degustacím ve sklípku u penzionu. Tito zákazníci se dozví o této nabídce především od přátel a známých, z místních vinařských akcí, na webových stránkách společnosti.

Majitel předpokládá, že v penzionu se ubytují i hosté ze zahraničí. Pro tyto hosty bude připravena německá a anglická verze webových stránek.

Znojmo se nachází v teplejší oblasti, bez blízkosti hor, proto zvolil majitel jako hlavní sezonu – jaro až podzim. V zimních měsících majitel počítá i s částečným uzavřením penzionu v případě velice nízkého zájmu. Penzion by v tomto období fungoval pouze o víkendech, kdy se budou konat firemní večírky či degustace.

4.5.2 Analýza konkurence

Při analýze konkurenčního prostředí bude věnována pozornost již existujícím podnikům. Tito konkurenti se nachází v dané oblasti a mohou ovlivnit existenci penzionu. Informace budou získány z internetových zdrojů jednotlivých podniků. Nejdříve bude zacíleno na podniky poskytující ubytovací služby v nejbližším okolí a poté na podniky nabízející podobné služby v oblasti vinařství.

V samotných Oblekovicích se mnoho ubytovacích zařízení nenachází. Za největší konkurenty jsou považovány Hotel Bax a Penzion U Komína. Tyto podniky však nedisponují vinným sklepem a nenabízí služby v oblasti vinařství.

Hotel Bax

Hotel Bax se nachází ve Znojmě v městské části Oblekovice cca 1,5 km od penzionu. Hotel nabízí ubytování v 15 moderně zařízených pokojích a v 1 apartmánu. Všechny pokoje jsou vybaveny vlastní sprchou a sociálním zařízením. Před hotelem je možnost parkování. Hotel nabízí bohaté bufetové snídaně, dále je možné domluvit si polopenzi, plnou penzi a snídaňové, popř. obědové balíčky. (Hotel Bax, c2012)

V následující tabulce jsou uvedeny ceny za jednu noc včetně polopenze a rekreačního poplatku.

Tabulka 2 Ceník ubytování v Kč

	Mimosezona 2.1.-31.6. 21.9. - 1.1.	Mezisezona 1.9. - 10.9.	Hlavní sezona 1.7. - 31.8. 11.9. - 28.9.
Jednolůžkový pokoj	1 450,00	1 500,00	1 900,00
Dvoulůžkový pokoj	2 100,00	2 200,00	2 700,00
Třilůžkový pokoj	2 800,00	2 900,00	3 300,00
Suite	3 200,00	3 300,00	3 700,00

Zdroj: Hotel Bax, c2012

Výhodou hotelu je celodenní stravování a také tematické balíčky, které nabízí. Na druhou stranu mají nastavené vyšší ceny za ubytování.

Penzion U Komína

Jedná se o nově zrekonstruovaný penzion rodinného typu. Penzion nabízí ubytování v 6 pokojích – tři dvoulůžkové pokoje, tři třílůžkové pokoje, dva tří až čtyřlůžkové pokoje

a jeden čtyř až šestilůžkový pokoj. Pokoje jsou vybaveny novým a moderním nábytkem, samostatným WC a sprchou. Parkování je u penzionu zdarma. (Penzion u Komína, c2015)

V následující tabulce jsou uvedeny ceny za osobu včetně snídaně bez rekreačního poplatku.

Tabulka 3 Ceník ubytování v Kč

	prosinec–březen	duben–květen	červen–listopad
1 noc	500,00	580,00	690,00
2 a více nocí	-	-	590,00

Zdroj: Penzion u Komína, c2015

Výhodou penzionu je možnost stravování v sesterské restauraci Brandy la Moravia, která sousedí s budovou penzionu. Další výhodou je blízkost městské autobusové zastávky, „po svých“ se hosté dostanou k řece Dyji, k supermarketu Kaufland, k Louckému klášteru a do vinařské obce Nový Šaldorf. Velkou nevýhodou penzionu je, že se nachází v těsné blízkosti rušné a frekventované silnice I. třídy č. 38 vedoucí směrem do Rakouska.

Druhou analýzou konkurence budou již existující firmy, které se věnují stejnému zaměření jako je plánovaný penzion. Největší konkurenti sídlí v sousední obci Nový Šaldorf-Sedlešovice. Obec Nový Šaldorf-Sedlešovice spadá do Znojemské vinařské podoblasti a je významnou vinařskou obcí, kde se nachází minimálně 180 sklepů. Bylo vybráno 5 nejvýznamnějších penzionů v této obci nabízející služby ve formě degustací, ochutnávek, prodeje vína a disponují vinným sklepem.

Krásný sklep

Krásný sklep nabízí prohlídky s degustací, archiv vín, vyrábí a prodává vína. V Krásném sklepe je možné pořádat různé akce, jako jsou svatby, oslavy, rodinná setkání, firemní večírky. V podkroví sklepa se nachází čtyři moderně vybavené prostorné dvojlůžkové pokoje s možností přistýlek. Součástí každého pokoje je koupelna s toaletou, WIFI, občerstvovací koutek. (Krásný sklep Nový Šaldorf, c2016)

Ceník ubytování včetně snídaně (Krásný sklep Nový Šaldorf, c2016):

- Dvoulůžkový pokoj (1 osoba): 1 200,00 Kč/noc
- Dvoulůžkový pokoj (2 osoby): 1 500,00 Kč/noc
- Přistýlka (1 osoba): 600,00 Kč/noc
- Děti do 6 let mají ubytování zdarma

Krásný sklep má velice kladné a vysoké recenze. Jeho výhodou je vkusné a moderní vybavení, precizně připravené oslavy včetně občerstvení připraveného na míru zákazníkovi. Za nevýhodu může být považováno malé množství pokojů. Krásný sklep je považován za velkého konkurenta.

Penzion Blanka

Penzion nabízí ubytování v jedno, dvou a třílůžkových pokojích a v apartmánu. Všechny pokoje jsou vybaveny WC, sprchovým koutem, televizí a minibarem. Kapacita penzionu je 21 osob. U penzionu je možné parkovat zdarma na vlastním uzamykatelném parkovišti nebo v garáži. V letních měsících mohou hosté využít možnosti posezení na venkovní letní terase a terase ve dvoře, kde se nachází dětský koutek. Součástí penzionu je restaurace nabízející gastronomické speciality a domácí moravskou kuchyni. V penzionu je možné pořádat firemní akce, rauty, rodinné oslavy aj. (Penzion a restaurace BLANKA, c2019)

Ceník ubytování včetně snídaně (Penzion a restaurace BLANKA, c2019):

- Jednolůžkový pokoj: 780,00 Kč/noc
- Dvoulůžkový pokoj: 1 160,00 Kč/noc (580,00 Kč/1 osoba)
- Třílůžkový pokoj: 1 740,00 Kč/noc (580,00 Kč/1 osoba)
- 2krát dvoulůžkový pokoj se společným sociálním zařízením: 2 240,00 Kč/noc (560,00 Kč/1 osoba)

Výhodou penzionu Blanka je především restaurace, která je součástí penzionu a velká návštěvnost rakouských zákazníků. Nevýhodou je především starší nemoderní vybavení pokojů a umístění vinného sklepa mimo penzion.

Penzion Šaldorf

Hosté se mohou ubytovat v 7 moderně zařízených pokojích s vlastním sociálním zařízením a televizí. Apartmán je vybaven malou kuchyňkou. Ubytovat se je možné i v druhé budově, ve které je dvoulůžkový pokoj a pětílůžkové studio s kuchyňkou a barem. V penzionu se nachází 21 lůžek a 7 přistýlek. Součástí penzionu je vinárna pro 35 osob, vhodná k pořádání soukromých nebo firemních akcí, večírků, školení, svateb. Nabízí provádění degustací a ochutnávek z vín vlastní výroby i vín od vinařů z okolí ve sklepě pod penzionem. Na přání klienta zajistí teplou i studenou kuchyni. Za penzionem mohou hosté využít venkovní posezení pod pergolou a pro děti je k dispozici pískoviště. (Šaldorf penzion & vinný sklep, c2014)

Ceník ubytování včetně snídaně (Šaldorf penzion & vinný sklep, c2014):

- Dvoulůžkový pokoj (1 osoba): 850,00 Kč/noc
- Dvoulůžkový pokoj (2 osoby): 1 350,00 Kč/noc
- Přistýlka (1 osoba): 450,00 Kč/noc
- Dvoulůžkový apartmán: 1 500,00 Kč/noc

Výhodou penzionu je pěkné venkovní posezení. Za nevýhodu může být považována menší velikost pokojů.

Penzion U Kapličky

Penzion nabízí ubytování v zrekonstruované zemědělské usedlosti. Celková kapacita ubytování je 24 lůžek (dva pokoje čtyřlůžkové, čtyři pokoje třílůžkové a dva pokoje dvoulůžkové). Na každém pokoji se nachází sociální zařízení se sprchovým koutem a televizor. Pro hosty je zde také možnost vaření ve společné kuchyni. Uvnitř penzionu je společenská místnost s dětským koutkem a venku zahradní domek a vybudované menší dětské hřiště, pískoviště a v létě malý bazén. Pro motoristy nabízí uzavřené parkoviště v areálu penzionu. Pro zájemce zajistí ochutnávku vín ve vlastním vinném sklepě. Sklep je vzdálený cca 500 m od penzionu. Cena je uvedena cca od 300,00 Kč za osobu a den bez snídaně dle pokoje a období. (Penzion u Kapličky, c2012)

Výhodou penzionu je především nižší cena za ubytování. Nevýhodou je umístění vinného sklepa mimo penzion a také zastaralé webové stránky.

Váš sklep

Vinný sklep a penzion VÁŠ SKLEP se nachází ve vinařské uličce Na staré cestě na konci Nového Šaldorfa u Znojma. Kapacita penzionu v I. patře je 16 lůžek v 5 pokojích s vlastní koupelnou a sociálním zařízením. Penzion má samostatný vchod, hostům je v přízemí k dispozici vinárna s posezením pro 40 hostů. Penzion je zařízen v selském stylu. VÁŠ SKLEP nabízí řízené degustace a ochutnávky, soukromé a firemní akce, přednášky a programy o kombinaci pokrmů a vín, posezení u ohně, rožnění, udírna, na objednávku je možné domluvit harmoniku či cimbálovou muziku a také pronájem kóje k uskladnění vína. (Váš sklep, c2016)

Ceník ubytování včetně snídaně (Váš sklep, c2016):

- Dvoulůžkový pokoj (1 osoba): 850,00 Kč/noc

- Dvoulůžkový pokoj (2 osoby): 1 200,00 Kč/noc
- Třílůžkový pokoj (3 osoby): 1 800,00 Kč/noc
- Děti do 10 let: 400,00 Kč/noc
- Přistýlka (1 osoba): 450,00 Kč/noc
- Dětská postýlka: 200,00 Kč/noc

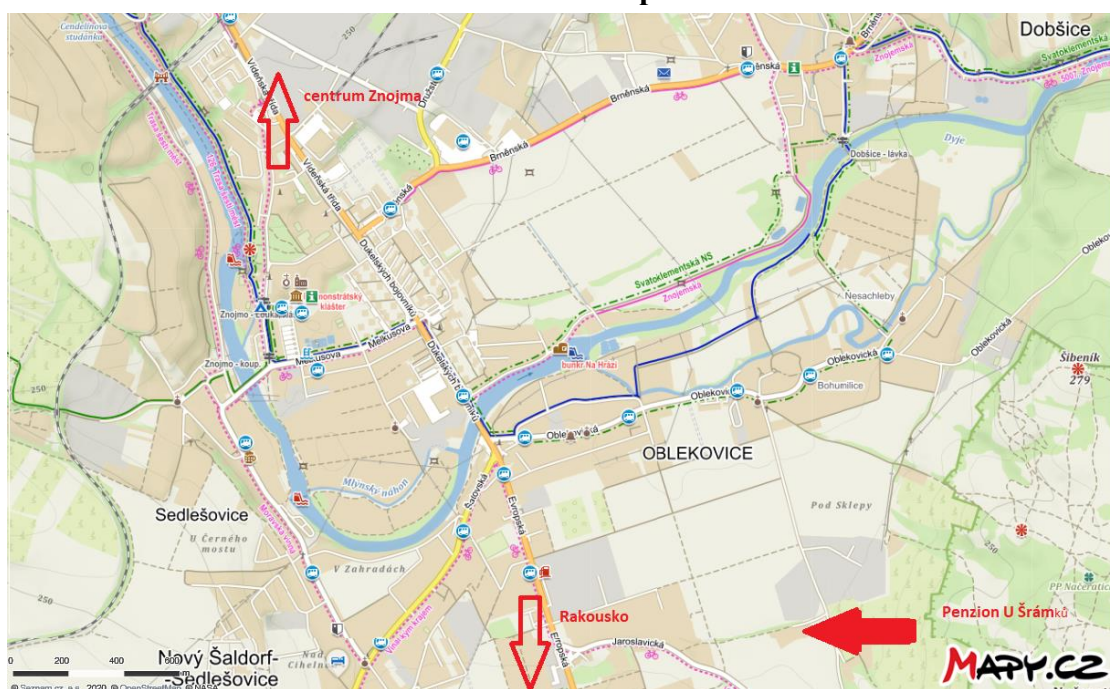
V období sezony je poskytováno ubytování o víkendu (pátek–neděle) minimálně na 2 noci.

Váš sklep je zařízen v selském stylu, atmosféra na hosty dýchne historií, romantikou, pohodou, což představuje výhodu oproti jiným penzionům. Nevýhodou je chybějící venkovní posezení pro hosty.

4.5.3 Konkurenční výhody

Hlavní konkurenční výhodou penzionu je jeho **umístění** (Obrázek 10). Penzion se nachází na strategickém místě, odkud je dobrá dostupnost do centra města Znojma (cca 10 min chůze k zastávce městské autobusové dopravy). Výhoda polohy (cca 600 m od kraje obce) zaručuje klidné a nerušené prostředí. Kousek od penzionu prochází cyklotrasa „Vinařským krajem“, na kterou navazuje řada dalších cyklotras, které cyklisty dovedou na krásná místa Znojemska jako je např. Národní park Podyjí či Hradiště.

Obrázek 10 Umístění penzionu



Zdroj: Mapy.cz, c1996–2020

Další výhodou penzionu je, že se jedná o **novostavbu**, která bude obsahovat moderní vybavení. Hosté budou ubytováni v čistém novém prostředí, kde základem bude především čistota a pohodlí.

Hostům penzionu budou nabízeny i zajímavé **doplňkové služby**. Důraz bude kladen především na kvalitu poskytovaných služeb a individuální přístup.

4.6 Marketingový mix

Aby majitel penzionu dosáhl svých cílů, musí definovat marketingový mix. Jak již bylo uvedeno v teoretické části, marketingový mix je tvořen 4 prvky – produkt, cena, distribuce a propagace.

4.6.1 Produkt

Hlavním produktem, který bude penzion nabízet, je **ubytování**. Penzion bude poskytovat moderní nové prostředí, kde základem bude především pohodlí, klid a čistota. Marketingová strategie penzionu bude především zaměřena na dobrou rodinnou atmosféru a na osobní přístup k hostům. Služby, které budou nabízeny, jsou podrobněji popsány v kapitole 4.4 Popis produktu. Majitel penzionu provozuje zaběhlé rodinné vinařství a má již vybudovanou stálou klientelu. Výstavbou penzionu a poskytnutím ubytování dojde k rozšíření služeb. Na pozemku se nachází zrekonstruovaný vinný sklep a v přízemí penzionu bude společenská místnost. Pro klienty bude možné uspořádat řízenou degustaci vín z vlastní produkce ve vinném sklípku, večerní posezení s konzumací vína bez občerstvení či s občerstvením. Majitel předpokládá, že dojde ke každoročnímu zvyšování prodeje vín z vlastní produkce.

4.6.2 Cena

Na výši cen a její změnu klienti velmi citlivě reagují. Je velice důležité zvolit správnou strategii cen. Ceny nabízených služeb se budou odvíjet na jedné straně od cen konkurence, která nabízí srovnatelné služby. Na druhé straně se při stanovení ceny musí zohlednit náklady a přiměřený zisk. Ceny za poskytované služby jsou s mnoha konkurenty srovnatelné pouze s některými mírně vyšší. Majitel z tohoto důvodu bude klást větší důraz na vysokou úroveň kvality poskytovaných služeb. Cenová politika se bude vztahovat na ubytování bez snídaně. Cena je majitelem stanovena na částku 650,00 Kč za osobu a noc. Za příplatek ve výši 120,00 Kč bude po domluvě přichystána hostům snídaně z regionálních potravin. V ceně není zahrnut poplatek

za domácí zvíře, který činí 50,00 Kč za noc. Ceny za poskytované služby jsou podrobně rozepsány v kapitole 4.4 Popis produktu. Cena musí odpovídat kvalitě poskytovaných služeb a zároveň by měla být přijatelná pro klienty.

4.6.3 Distribuce

Pro nabídku služeb bude využíván **přímý prodej**, tedy pomocí vlastních webových stránek. Rezervaci je možné provést i přes email a telefon nebo si zákazníci mohou zarezervovat pokoj přímo v penzionu. Webové stránky budou vytvořeny v moderním vzhledu, důraz bude kladen na přehlednost a jednoduchost. Na webových stránkách bude pro klienty připraven rezervační formulář, který bude sloužit klientům k rezervaci pokojů v kterémkoliv čase. Webové stránky budou optimalizovány i pro mobilní zařízení. Tento způsob je pro penzion nejvýhodnější a nejlevnější, dochází k přímé komunikaci mezi majitelem a klientem bez dalších mezičlánků, a tedy bez nutnosti vyplácení provize zprostředkovatelům.

Nepřímá distribuce bude probíhat ve spolupráci s internetovým portálem www.booking.com. Booking.com funguje na bázi provize a majitel zaplatí určité procento provize za každou rezervaci vytvořenou přes tuto stránku. Provize činí v průměru 15 % z ceny. I když je provize vysoká, jedná se o jednu z nejefektivnějších propagací ubytovacího zařízení.

Dále bude navázána spolupráce s následujícími servery:

- www.penziony.cz
- www.cyklistevitani.cz
- www.dopenzionu.cz

Veškeré služby budou poskytovány v penzionu a ve vinném sklepě. Důležité je zařídit penzion tak, aby odpovídal očekávání a přání klientů.

4.6.4 Propagace

Největší důraz bude kladen na **webové stránky penzionu**. Webové stránky jsou nezbytnou až nutnou součástí marketingové mixu. Z tohoto důvodu je důležité vytvořit propracované stránky v moderním designu. Při jejich realizaci je nutné řídit se určitými zásadami:

- stránky by měly být přehledné a jednoduše zpracované, logické a obsahovat jednoduchou navigaci,
- stránky musí být hlavně responzivní a dobře se zobrazovat na všech zařízeních,

platformách a prohlížečích,

- měl by se klást velký důraz na rychlost a funkčnost,
- stránky by měly obsahovat základní informace o penzionu, lokalitě, popis pokojů, ceně, nabízených službách a další,
- součástí webových stránek by měl být jednoduchý rezervační formulář,
- stránky by měly obsahovat jazykovou mutaci v anglickém a německém jazyce,
- webové stránky by měly být doplněny aktuálními fotografiemi,
- kromě základních informací o penzionu by zde měl klient najít informace o okolí, možných výletech, zajímavostech a turistických cílech, sportovním vyžití,
- nesmí chybět kontakt, adresa penzionu, mapa obsahující umístění penzionu a také sekce na dotazy, zpětnou vazbu a reference klientů.

Důležitým krokem je optimalizace vyhledávání webové stránky penzionu pro vyhledávače jako seznam.cz či google.com. V anglickém jazyce se hovoří o tzv. SEO (Search Engine Optimization). SEO spočívá nejen v aktivním vyhledávání souvisejících webových stránek, na které je možné umístit odkaz. Důležitá je práce s klíčovými slovy webových stránek. Cílem SEO je přivést na web společnosti co nejvíce návštěvníků, a to na základě nejrůznějších klíčových slov, která odpovídají zaměření společnosti.

Budou vytvořeny **facebookové stránky penzionu**. Důležitá je aktualizace facebookových stránek, přidávání novinek, zajímavostí, akcí, fotografií. Bude natočeno krátké video o penzionu, které bude umístěno na facebookových a webových stránkách.

Jedna z nejefektivnějších propagací je formou **word of mouth** (šíření ústním podáním). Spousta potencionálních klientů dá na doporučení od své rodiny, přátel, známých či kolegů. Je velice důležité, aby se klienti v penzionu cítili skvěle a předali své zkušenosti dalším lidem ve svém okolí.

Pro lepší orientaci bude před vjezdem do městské části Oblekovice za mostem přes řeku Dyji umístěna **tabule** s nápisem penzion U Šrámků, směrovkou a počtem zbývajících metrů k penzionu. Stejná tabule bude umístěna i v Oblekovicích před odbočkou ke sklepům.

Dalším krokem je sestavení **databáze klientů** s důležitými informacemi o klientech, které poslouží jednak k zaslání nabídky nových služeb, slev, akcí, přání, ale bude sloužit i k budování bližšího vztahu s klientem.

Tabulka 4 Náklady na distribuci a propagaci před zahájením provozu v Kč

Položka	Cena
Webové stránky	15 000,00
Webhosting	514,00
Informační tabule	6 600,00
Optimalizace SEO	2 500,00
Celkem	24 614,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5 Měsíční náklady na distribuci a propagaci v Kč

Položka	Cena
Webhosting	514,00
Optimalizace SEO	2 500,00
Celkem	3 014,00

Zdroj: Vlastní zpracování

4.7 Personální zdroje

Ing. Šrámek bude vystupovat jako jediný vlastník a jednatel firmy. Jako jediný stálý zaměstnanec penzionu bude zpočátku manželka majitele penzionu. Ta se bude starat o chod penzionu. Na starosti bude mít také účetnictví a administrativu. Bude jí vyplácena hrubá mzda ve výši 30 000,00 Kč. V Tabulce 6 je spočítána čistá mzda. Sám majitel penzionu má jiné stálé zaměstnání, ale i přesto se bude podílet na chodu penzionu a bude schopen působit jako průvodce při degustacích a nadále bude prodávat víno. Majitel najme na pomocné práce brigádníka. Tento pomůže s úklidem, snídaní a dalšími potřebnými pracemi. S brigádníkem bude uzavřena dohoda o pracovní činnosti a bude dostávat 100,00 Kč na hodinu. Brigádník bude do penzionu docházet od dubna do září pravidelně, a to dle potřeby a obsazenosti penzionu maximálně na 20 hodin za týden. Pokud bude časem potřeba, přijme se další zaměstnanec na zkrácený či plný úvazek.

Tabulka 6 Výpočet čisté mzdy zaměstnankyně v Kč

Hrubá mzda	30 000,00
Superhrubá mzda	40 140,00
Základ pro výpočet zálohy na daň	40 200,00
Daň před slevami	6 030,00
Sleva na dani	2 070,00
Daň	3 960,00
Sociální a zdravotní pojištění – zaměstnanec	3 300,00
Sociální a zdravotní pojištění – zaměstnavatel	10 140,00
Čistá mzda	22 740,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Majitel předpokládá, že brigádník bude do penzionu docházet v dubnu a květnu na 30 hodin měsíčně, v červnu a září na 60 hodin měsíčně a v červenci a srpnu na 80 hodin měsíčně. V Tabulce 7 je vypočítána mzda brigádníka dle jednotlivých měsíců.

Tabulka 7 Výpočet čisté mzdy brigádníka v Kč

Měsíc	duben	květen	červen	červenec	srpen	září
Hrubá mzda	3 000,00	3 000,00	6 000,00	8 000,00	8 000,00	6 000,00
Superhrubá mzda	4 014,00	4 014,00	8 028,00	10 704,00	10 704,00	8 028,00
Základ daně	4 100,00	4 100,00	8 100,00	10 800,00	10 800,00	8 100,00
Daň	615,00	615,00	1 215,00	1 620,00	1 620,00	1 215,00
ZaSp – zaměstnanec	330,00	330,00	660,00	880,00	880,00	660,00
ZaSp – zaměstnavatel	1 014,00	1 014,00	2 028,00	2 704,00	2 704,00	2 028,00
Čistá mzda	2 055,00	2 055,00	4 125,00	5 500,00	5 500,00	4 125,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Celkové roční mzdové náklady budou činit **527 172,00 Kč**.

4.8 Finanční plán

Finanční plán určí kapitálovou náročnost projektu a jeho ziskovost. Pro zjednodušení jsou veškeré částky uvedeny včetně DPH. Jelikož se jedná o právnickou osobu, povede společnost podvojný účetnictví a předpokládá, že bude plátcem DPH.

4.8.1 Počáteční náklady spojené se zahájením provozu penzionu

Celkový odhad nákladů před zahájením provozu činí 8 014 614,00 Kč a je vyčíslen v Tabulce 8. Cena na vybudování penzionu včetně koupelen a kuchyňského koutu je majitelem odhadnuta na částku 7 650 000,00 Kč. Vybavení penzionu zahrnuje vybavení pokojů v částce 280 000,00 Kč (35 000,00 Kč na jeden pokoj) a obsahuje zejména nákup postele, skříně, nočního stolku, odkládacího stolku, 2 židlí, osvětlení, televize, lůžkovin a ručníků. Vybavení společenské místnosti zahrnuje nákup stolů, židlí, lavic, osvětlení a vybavení kuchyně ve výši 60 000,00 Kč.

Tabulka 8 Předpokládané počáteční náklady v Kč

Náklady	Odhadovaná hodnota
Výstavba penzionu	7 650 000,00
Vybavení penzionu	340 000,00
Marketingové náklady	24 614,00
Celkem	8 014 614,00

Zdroj: Vlastní zpracování

4.8.2 Počáteční rozvaha podniku

Výstavba penzionu je majitelem odhadnuta na částku 7 650 000,00 Kč. Pozemek společně s vinným sklepem vloží majitel do společnosti. Dále vloží vlastní finanční prostředky ve výši 4 000 000,00 Kč a osobní automobil. Z daného je zřejmé, že majitel není schopen zafinancovat projekt pouze z vlastních zdrojů. Pro výstavbu penzionu bude potřeba získat cizí kapitál. Rozvaha v následující tabulce je sestavena k počátku provozu po výstavbě penzionu.

Tabulka 9 Rozvaha sestavená k počátku provozu v Kč

Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek	8 440 000,00	Vlastní kapitál	4 450 000,00
Budova	7 650 000,00	Základní kapitál	4 450 000,00
Pozemek	250 000,00		
Automobil	200 000,00		
Vybavení penzionu	340 000,00	Cizí zdroje	4 200 000,00
Oběžný majetek	210 000,00	Bankovní úvěr	4 200 000,00
Běžný účet	210 000,00		
Celkem	8 650 000,00	Celkem	8 650 000,00

Zdroj: Vlastní zpracování

4.8.3 Financování podniku

Pro financování projektu penzionu je navržen „Podnikatelský úvěr“ ve výši 4 200 000,00 Kč, který je produktem společnosti ČSOB. Doba splatnosti je plánována na 20 let s roční úrokovou sazbou 3,37 % zafixovanou na 5 let a měsíční anuitní splátkou 24 079,00 Kč. Byla zvažována druhá varianta s dobou splatnosti 15 let, roční úrokovou sazbou taktéž 3,37 % a měsíční anuitní splátkou 29 758,00 Kč měsíčně. Rozhodnutí padlo na první řešení, a to z důvodu nižších splátek. V prvních letech nebude penzion zatížen vysokými splátkami, nicméně pokud bude penzion vykazovat vyšší předpokládané zisky, je možné úvěr splatit dříve.

Tabulka 10 Podnikatelský úvěr

Výše úvěru	4 200 000,00 Kč
Délka úvěru/Počet splátek	20 let/240
Úroková sazba	3,37 %
Splátka úvěru	24 079,00 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Zbytek finančních prostředků po zaplacení počátečních nákladů bude k dispozici na nenadálé situace, opravy či škody.

4.8.4 Odhad tržeb

Odhad tržeb za ubytování

Největší návštěvnost a obsazenost penzionu je očekávána v červenci, srpnu a září. V ostatních měsících se očekává vyšší obsazenost v době konání vinařských akcí na Znojemsku. Obsazenost hotelů a podobných ubytovacích zařízení podle čistého využití lůžek v roce 2018 činila 47,2 %. Průměr obsazenosti zvyšují pěti a čtyřhvězdičkové hotely, jelikož do České republiky přijíždí bohatší lidé. U tříhvězdičkových hotelů průměrná obsazenost činí 43,6 % (Cestovní ruch: Lidé v ČR mají stále více peněz na cestování. V zahraniční klientele posilují turisté z Asie, 2019). Při počítání obsazenosti penzionu bude vycházeno z této hodnoty a také z osobních zkušeností majitele penzionu. Pro zhodnocení tržeb byly zvoleny 3 varianty – pesimistická, realistická a optimistická. Pesimistická varianta počítá s obsazeností penzionu 30 %, realistická 40 % a optimistická 50 %. Degustace budou probíhat většinou o víkendech a to celoročně.

Zahájení provozu penzionu je plánováno na počátek roku 2022. Přesné datum není nyní stanoveno. Při počítání tržeb i nákladů bude z tohoto důvodu počítáno i v prvním roce zahájení s 12 měsíci provozu. Maximální možné tržby penzionu při využití všech pevných lůžek každý den činí 3 744 000,00 Kč za rok tedy v průměru 312 000,00 Kč za měsíc. V prvním roce je předpoklad obsazenosti penzionu nižší tedy na úrovni pesimistické varianty (Tabulka 11). Druhým rokem je předpoklad obsazenosti 40 % (Tabulka 12) a třetí rok by majitel rád dosáhl 50 % využití kapacit (Tabulka 13).

Výpočet tržeb z ubytování

- Cena za ubytování 650,00 Kč
- Počet pevných lůžek 16 (pro lepší orientaci nebude při výpočtu tržeb počítáno s přistýlkami a s cenou za pevné lůžko sníženou o provizi za nákup přes booking.cz)
- Počet provozních dnů v roce 360

Pesimistická varianta tržeb

- Roční průměrná obsazenost penzionu 30 %
- Počet přenocování za rok 1 728
- Roční tržba 1 123 200,00 Kč

Tabulka 11 Tržby v pesimistické variantě

Měsíc	Obsazenost v %	Tržba v Kč
Leden	5	15 600,00
Únor	5	15 600,00
Březen	20	62 400,00
Duben	30	93 600,00
Květen	35	109 200,00
Červen	50	156 000,00
Červenec	60	187 200,00
Srpen	60	187 200,00
Září	50	156 000,00
Říjen	30	93 600,00
Listopad	10	31 200,00
Prosinec	5	15 600,00
Celkem	30	1 123 200,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Realistická varianta tržeb

- Roční průměrná obsazenost penzionu 40 %
- Počet přenocování za rok 2 304
- Roční tržba 1 497 600,00 Kč

Tabulka 12 Tržby v realistické variantě

Měsíc	Obsazenost v %	Tržba v Kč
Leden	5	15 600,00
Únor	5	15 600,00
Březen	40	124 800,00
Duben	40	124 800,00
Květen	50	156 000,00
Červen	60	187 200,00
Červenec	80	249 600,00
Srpen	80	249 600,00
Září	65	202 800,00
Říjen	40	124 800,00
Listopad	10	31 200,00
Prosinec	5	15 600,00
Celkem	40	1 497 600,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Optimistická varianta tržeb

- Roční průměrná obsazenost penzionu 50 %
- Počet přenocování za rok 2880
- Roční tržba 1 872 000,00 Kč

Tabulka 13 Tržby v optimistické variantě

Měsíc	Obsazenost v %	Tržba v Kč
Leden	5	15 600,00
Únor	10	31 200,00
Březen	45	140 400,00
Duben	50	156 000,00
Květen	70	218 400,00
Červen	75	234 000,00
Červenec	90	280 800,00
Srpen	90	280 800,00
Září	90	280 800,00
Říjen	45	140 400,00
Listopad	20	62 400,00
Prosinec	10	31 200,00
Celkem	50	1 872 000,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Odhad tržeb za snídaně

Snídaně není zahrnuta v ceně za ubytování a bude připravena hostovi na základě jeho přání za cenu 120,00 Kč. Je předpoklad, že snídani si objedná cca 30 % z ubytovaných hostů.

Tabulka 14 Tržby za snídaně

Měsíc	Pesimistická varianta		Realistická varianta		Optimistická varianta	
	Obsazenost v %	Tržba v Kč	Obsazenost v %	Tržba v Kč	Obsazenost v %	Tržba v Kč
Leden	5	864,00	5	864,00	5	864,00
Únor	5	864,00	5	864,00	10	1 728,00
Březen	20	3 456,00	40	6 912,00	45	7 776,00
Duben	30	5 184,00	40	6 912,00	50	8 640,00
Květen	35	6 048,00	50	8 640,00	70	12 096,00
Červen	50	8 640,00	60	10 368,00	75	12 960,00
Červenec	60	10 368,00	80	13 824,00	90	15 552,00
Srpen	60	10 368,00	80	13 824,00	90	15 552,00
Září	50	8 640,00	65	11 232,00	90	15 552,00
Říjen	30	5 184,00	40	6 912,00	45	7 776,00
Listopad	10	1 728,00	10	1 728,00	20	3 456,00
Prosinec	5	864,00	5	864,00	10	1 728,00
Celkem	30	62 208,00	40	82 944,00	50	103 680,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Odhad tržeb za degustace

Zákazníkům budou nabízeny 3 druhy degustací. První je řízená degustace a obsahuje ochutnávku 6 druhů vína za cenu 260,00 Kč za osobu. Tato ochutnávka bude určena pro menší

skupiny průměrně se šesti členy. V prvním roce je očekáváno 60 zákazníků, druhý rok 90 a od třetího roku je očekáváno 120 zákazníků. Roční odhad tržeb činí 15 600,00 Kč, 23 400,00 Kč a 31 200,00 Kč.

Druhou službou je večerní posezení bez občerstvení nabízenou za 450,00 Kč za osobu. Je určena pro minimálně 10členné skupiny. V prvním roce se předpokládá konání tohoto posezení 5krát za rok, druhý 8krát a třetí 10krát. Roční odhad tržeb činí 22 500,00 Kč, 36 000,00 Kč a 5 000,00 Kč.

Večerní posezení s občerstvením bude nabízeno za 600,00 Kč za osobu. Je předpoklad, že o toto posezení bude větší zájem než o posezení bez občerstvení. V prvním roce je očekáván zájem 7krát za rok, druhý 10krát a třetí 13krát. Bude se jednat v průměru o 15členné skupiny. Roční odhad tržeb činí 63 000,00 Kč, 90 000,00 Kč a 117 000,00 Kč.

V Tabulce 15 jsou vyčísleny veškeré roční tržby penzionu.

Tabulka 15 Celkový odhad tržeb v Kč

Služba	Pesimistická varianta	Realistická varianta	Optimistická varianta
Ubytování	1 123 200,00	1 497 600,00	1 872 000,00
Snídaně	62 208,00	82 944,00	103 680,00
Řízená degustace	15 600,00	23 400,00	31 200,00
Posezení bez občerstvení	22 500,00	36 000,00	45 000,00
Posezení s občerstvením	63 000,00	90 000,00	117 000,00
Celkem	1 286 508,00	1 729 944,00	2 168 880,00

Zdroj: Vlastní zpracování

4.8.5 Náklady

Náklady představují peněžní vyjádření opotřebení či spotřebování majetku. Snižují se jimi aktiva a zvyšují závazky. Náklady snižují hospodářský výsledek, ale také daňovou povinnost, pokud jsou daňově uznatelné. Většinou jsou spojeny s výdaji. Pod těmi rozumíme především peněžní úbytek aktiv.

Náklady budou rozděleny na náklady fixní a náklady variabilní. Fixní náklady se nemění v určitém rozsahu prováděných výkonů, tedy výše nákladů nesouvisí přímo s objemem výroby a nemění se při poklesu či růstu objemu produkce (u penzionu např. prodejem pokojů). Jsou to všechny náklady, které je nutné platit bez ohledu na to, zda penzion je nebo není obsazen. Variabilní náklady naopak s objemem produkce rostou (u penzionu s obsazeností pokojů).

Fixní náklady

Do fixních nákladů patří např. mzdové náklady, elektřina na vytápění, úroky z úvěru, pojištění, průměrné výdaje na propagaci, vývoz odpadu, telefon a odpisy automobilu, nemovitosti a vybavení. Celková výše fixních nákladů je zobrazena v Tabulce 16 – první rok provozu, v Tabulce 17 – druhý rok provozu a v Tabulce 18 – třetí rok provozu.

Tabulka 16 Fixní náklady v prvním roce provozu v Kč

Fixní náklady	Měsíční	Roční
Mzdové náklady	32 833,40	394 000,00
Sociální a zdravotní pojištění	11 097,00	133 172,00
Energie	2 250,00	27 000,00
Pojištění	620,20	7 442,00
Odpisy nemovitosti	6 417,50	77 010,00
Odpisy vybavení	3 116,60	37 400,00
Odpisy automobilu	1 834,00	22 000,00
Silniční daň	156,00	1 872,00
Daň z nemovitosti	137,00	1 644,00
Mobil, wifi, kancelářské potřeby	1 500,00	18 000,00
Propagace	3 014,00	36 168,00
Úroky	11 604,00	139 248,00
Odpad	731,30	8 776,00
Opravy a udržování	500,00	6 000,00
Pohonné hmoty	1 500,00	18 000,00
Celkem	77 311,00	927 732,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Mzdové náklady

Mzdové náklady jsou podrobně vypočteny v kapitole 4.7 Personální zdroje. Hrubá mzda zaměstnankyně bude činit 30 000,00 Kč a superhrubá mzda 40 140,00 Kč. Zaměstnankyně bude zaměstnaná v penzionu celý rok. Brigádník bude do penzionu docházet od dubna do září a bude s ním uzavřena dohoda o pracovní činnosti. Hodinová mzda je stanovena na 100,00 Kč za hodinu. Celkové roční mzdové náklady byly vyčísleny na 527 172,00 Kč.

Energie

Jako fixní náklad bude počítáno pouze s elektřinou potřebnou na vytápění penzionu. Ostatní energie jako elektřina na svícení, ohřev vody a voda budou zahrnuty v nákladech variabilních. Majitel počítá se spotřebou cca 7 500 kWh za rok. Cena za 1 kWh v průměru činí 3,60 Kč. Celková roční suma za elektřinu je odhadnuta na částku 27 000,00 Kč.

Odpisy

Opotřebení dlouhodobého majetku zahrnutého do podnikání je vyjádřen v podobě daňových odpisů, které lze uplatnit jako daňově uznatelné položky. Bylo zvoleno rovnoměrné odpisování majetku. V Tabulce 17 je znázorněn odpisový plán majetku.

Tabulka 17 Odpisový plán

Dlouhodobý hmotný majetek	Odpisová skupina	Doba odepisování	Odpisy v prvním roce v Kč	Odpisy v dalších letech v Kč
Budova	6	50 let	77 010,00	152 510,00
Vybavení	2	5 let	37 400,00	75 600,00
Automobil	2	5 let	22 000,00	44 500,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Odpady

Byla zpracována cenová nabídka na vývoz odpadu – Příloha č. I. Vývoz odpadu bude zajišťovat společnost Jan Klíčnick – KJ spol. KJ, Tasovice. Při obsazenosti 15–20 hostů by dle výpočtu byly na směsný komunální odpad zapotřebí 2 nádoby o velikosti 240 l, vývoz by byl zajištěn 1krát za 14 dní. Dále bude vyvážen tříděný odpad (papír a plast). Od dubna do září při větší obsazenosti se počítá se zaplněným 2 nádob na papír a 2 nádob na plast. V ostatních měsících bude stačit pouze 1 nádoba na papír a 1 nádoba na plast.

Tabulka 18 Fixní náklady v druhém a třetím roce provozu v Kč

Fixní náklady	Druhý rok		Třetí rok	
	Měsíční	Roční	Měsíční	Roční
Mzdové náklady	32 833,40	394 000,00	32 833,40	394 000,00
Sociální a zdravotní pojištění	11 097,00	133 172,00	11 097,00	133 172,00
Energie	2 250,00	27 000,00	2 250,00	27 000,00
Pojištění	620,20	7 442,00	620,20	7 442,00
Odpisy nemovitosti	12 709,20	152 510,00	12 709,20	152 510,00
Odpisy vybavení	6 304,20	75 650,00	6 304,20	75 650,00
Odpisy automobilu	3 708,40	44 500,00	3 708,40	44 500,00
Silniční daň	156,00	1 872,00	156,00	1 872,00
Daň z nemovitosti	137,00	1 644,00	137,00	1 644,00
Mobil, wifi, kancel. potřeby	1 500,00	18 000,00	1 500,00	18 000,00
Propagace	3 014,00	36 168,00	3 014,00	36 168,00
Úroky	11 177,00	134 118,00	10 735,00	128 820,00
Odpad	731,30	8 776,00	731,30	8 776,00
Opravy a udržování	700,00	8 400,00	1 000,00	12 000,00
Pohonné hmoty	1 500,00	18 000,00	1 500,00	18 000,00
Celkem	88 437,70	1 061 252,00	88 296,20	1 059 554,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Variabilní náklady

Mezi variabilní náklady budou patřit především:

- spotřeba energie – voda, elektřina kromě vytápění
- hygienické a čisticí prostředky
- praní a žehlení ložního prádla a ručníků

Energie

- průměrná spotřeba elektřiny na osvětlení a spotřebiče: 1000 kWh na osobu za rok
- průměrná spotřeba elektřiny na ohřev vody: 1000 kWh na osobu za rok
- průměrná cena za 1 kWh je 3,60 Kč
- cena za elektřinu na jednu osobu za jeden den je odhadnuta na 18,00 Kč

Voda

- průměrná spotřeba vody: 100 l na osobu za den
- průměrná cena za 1000 l: 99,00 Kč
- cena za vodu na jednu osobu za den je odhadnuta na 10,00 Kč

Prádlo si budou v penzionu prát svépomocí, takže tyto náklady budou minimální. Hygienické a čisticí prostředky byly odhadnuty spolu s praním na částku 5,00 Kč na lůžko a den.

Variabilní náklady na lůžko a den činí 33,00 Kč.

Do variabilních nákladů budou patřit náklady spojené s přípravou **snídaně**. Hostu je připravena na požádání ve výši 120,00 Kč. Na **snídani je předpokládáno 48,00 Kč variabilních nákladů**, což odpovídá 40 % z tržby.

Variabilní náklady řízené degustace:

- víno 0,35 l: 24,00 Kč
- pečivo a voda na pití: 5,00 Kč
- energie (elektřina bez vytápění a voda): 4,80 Kč
- **celkem 33,80 Kč**

Variabilní náklady večerního posezení s konzumací vína bez občerstvení:

- víno 1,2 l: 82,30 Kč
- pečivo a voda na pití: 10,00 Kč

- energie (elektrina bez vytápění a voda): 9,60 Kč
- káva, čaj: 5,00 Kč
- **celkem 106,90 Kč**

Variabilní náklady večerního posezení s konzumací vína s občerstvením:

- víno 1,3 l: 96,00 Kč
- občerstvení: 100,00 Kč
- voda na pití: 5,00 Kč
- energie (elektrina bez vytápění a voda): 10,60 Kč
- káva, čaj: 5,00 Kč
- **celkem 216,60 Kč**

V Tabulce 19 jsou zobrazeny variabilní náklady jednotlivých položek.

Tabulka 19 Variabilní náklady v Kč na jednu položku

1 lůžko/den	33,00
Snídaně	48,00
Přímá degustace	33,80
Posezení bez občerstvení	106,90
Posezení s občerstvením	216,60

Zdroj: Vlastní zpracování

V Tabulce 20 jsou shrnuty variabilní náklady dle jednotlivých variant.

Tabulka 20 Roční variabilní náklady v Kč

Položka	Pesimistická varianta	Realistická varianta	Optimistická varianta
Ubytování	57 024,00	76 032,00	95 040,00
Snídaně	24 883,00	33 178,00	41 472,00
Přímá degustace	2 028,00	3 042,00	4 056,00
Posezení bez občerstvení	5 345,00	8 552,00	10 690,00
Posezení s občerstvením	22 743,00	32 490,00	42 237,00
Celkem	112 023,00	153 294,00	193 495,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Do nákladů nebude zahrnut **poplatek z pobytu**. Zastupitelstvo města Znojma vydalo obecně závaznou vyhlášku č. 11/2019, o místním poplatku z pobytu. Tato vyhláška nabyla účinnosti dne 1. 1. 2020. Poplatníkem poplatku je v daném případě osoba, která ve městě není přihlášená, v tomto případě host penzionu. Plátcem poplatku je poskytovatel úplatného pobytu. Plátce je povinen vybrat poplatek od poplatníka a následně musí podat správci poplatku Městu Znojmu

ohlášení (Příloha č. II) nejpozději do 15 dnů od zahájení činnosti spočívající v poskytování úplatného pobytu. Ukončení této činnosti plátce ohlásí správci poplatku ve lhůtě 15 dnů. Sazba poplatku činí 10,00 Kč za každý započatý den pobytu, s výjimkou dne jeho počátku. Plátce odvede vybraný poplatek správci poplatku nejpozději do 20 dne následujícího pololetí.

Tabulka 21 zobrazuje roční rozpočet a je rozdělena na jednotlivé varianty.

Tabulka 21 Roční zkrácený rozpočet v Kč

	Pesimistická varianta	Realistická varianta	Optimistická varianta
Tržby za všechny služby	1 286 508,00	1 729 944,00	2 168 880,00
Fixní náklady	927 732,00	1 061 252,00	1 059 554,00
Variabilní náklady	112 023,00	153 294,00	193 495,00
Zisk před zdaněním	246 753,00	515 398,00	915 831,00

Zdroj: Vlastní zpracování

4.8.6 Příjmy a výdaje

Příjmy a výdaje jsou oproti výnosům a nákladům reálné peněžní toky – to, co v daném období na účtu nebo v pokladně přibylo nebo ubylo. Jejich výsledkem je tedy zvýšení nebo snížení množství hotovosti na účtu nebo v pokladně.

V Tabulkách 22, 23, 24 jsou vyčísleny jednotlivé příjmy a výdaje dle jednotlivých scénářů.

Tabulka 22 Příjmy a výdaje v Kč – pesimistická varianta

Výdaje		Příjmy	
Mzdové náklady	394 000,00	Ubytování	1 123 200,00
Sociální a zdravotní pojištění	133 172,00	Snídaně	62 208,00
Energie	27 000,00	Řízená degustace	15 600,00
Pojištění	7 442,00	Posezení bez občerstvení	22 500,00
Silniční daň	1 872,00	Posezení s občerstvením	63 000,00
Daň z nemovitosti	1 644,00		
Mobil, wifi, kancelářské potřeby	18 000,00		
Propagace	36 168,00		
Odpad	8 776,00		
Opravy a udržování	6 000,00		
Pohonné hmoty	18 000,00		
Splátka úvěru	288 948,00		
Variabilní náklady	112 023,00		
Celkem	1 053 045,00		1 286 508,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Rozdíl v příjmech a výdajích činí u pesimistické varianty 233 463,00 Kč a znamená zvýšení množství hotovosti na účtu. Ve výdajích se promítne celá splátka úvěru včetně úroku a úmoru. Na druhou stranu nejsou ve výdajích zahrnuty odpisy, které spadají do fixních nákladů.

Tabulka 23 Příjmy a výdaje v Kč – realistická varianta

Výdaje		Příjmy	
Mzdové náklady	394 000,00	Ubytování	1 497 600,00
Sociální a zdravotní pojištění	133 172,00	Snídaně	82 944,00
Energie	27 000,00	Řízená degustace	23 400,00
Pojištění	7 442,00	Posezení bez občerstvení	36 000,00
Silniční daň	1 872,00	Posezení s občerstvením	90 000,00
Daň z nemovitosti	1 644,00		
Mobil, wifi, kancelářské potřeby	18 000,00		
Propagace	36 168,00		
Odpad	8 776,00		
Opravy a udržování	8 400,00		
Pohonné hmoty	18 000,00		
Splátka úvěru	288 948,00		
Variabilní náklady	153 294,00		
Daň z příjmu PO	46 740,00		
Celkem	1 143 456,00		1 729 944,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Rozdíl v příjmech a výdajích činí u realistické varianty 586 488,00 Kč a znamená zvýšení množství hotovosti na účtu.

Tabulka 24 Příjmy a výdaje v Kč – optimistická varianta

Výdaje		Příjmy	
Mzdové náklady	394 000,00	Ubytování	1 872 000,00
Sociální a zdravotní pojištění	133 172,00	Snídaně	103 680,00
Energie	27 000,00	Řízená degustace	31 200,00
Pojištění	7 442,00	Posezení bez občerstvení	45 000,00
Silniční daň	1 872,00	Posezení s občerstvením	117 000,00
Daň z nemovitosti	1 644,00		
Mobil, wifi, kancelářské potřeby	18 000,00		
Propagace	36 168,00		
Odpad	8 776,00		
Opravy a udržování	12 000,00		
Pohonné hmoty	18 000,00		
Splátka úvěru	288 948,00		
Variabilní náklady	193 495,00		
Daň z příjmu PO	97 850,00		
Celkem	1 238 367,00		2 168 880,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Rozdíl v příjmech a výdajích činí u optimistické varianty 930 513,00 Kč a znamená zvýšení množství hotovosti na účtu.

4.8.7 Výkaz zisku a ztrát

V prvním roce provozu společnost očekává pesimistický scénář. Výkaz zisků a ztrát v Tabulce 25 je uváděn včetně realistické a optimistické varianty.

Společnost i v pesimistické variantě vykazuje zisk. Na druhou stranu nejsou v nákladech zahrnuty náklady na vlastní kapitál a nebere se v úvahu mzda vlastníka. Ten si bude vyplácet podíl na zisku až na základě skutečného výsledku. Je důležité ponechat ve společnosti peníze na nenadálé situace, opravy a mít i rezervu v případě malých tržeb. Od 1. 1. 2014 vstoupil v účinnost nový zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích, který nahrazuje úpravu práva obchodních společností a družstev. Tento zákon neukládá akciovým společnostem ani společnostem s ručením omezeným povinnost tvořit zákonný rezervní fond.

Tabulka 25 Výkaz zisku a ztrát k 31. 12. v Kč – první rok provozu

Položka	Pesimistická varianta	Realistická varianta	Optimistická varianta
Tržby	1 286 508,00	1 729 944,00	2 168 880,00
Mzdové náklady	394 000,00	394 000,00	394 000,00
Sociální a zdravotní pojištění	133 172,00	133 172,00	133 172,00
Energie	27 000,00	27 000,00	27 000,00
Pojištění	7 442,00	7 442,00	7 442,00
Odpisy nemovitosti	77 010,00	77 010,00	77 010,00
Odpisy vybavení	37 400,00	37 400,00	37 400,00
Odpisy automobilu	22 000,00	22 000,00	22 000,00
Silniční daň	1 872,00	1 872,00	1 872,00
Daň z nemovitosti	1 644,00	1 644,00	1 644,00
Mobil, wifi, kancelářské potřeby	18 000,00	18 000,00	18 000,00
Propagace	36 168,00	36 168,00	36 168,00
Úroky	139 248,00	139 248,00	139 248,00
Odpad	8 776,00	8 776,00	8 776,00
Opravy a udržování	6 000,00	6 000,00	6 000,00
Pohonné hmoty	18 000,00	18 000,00	18 000,00
Celkové fixní náklady	927 732,00	927 732,00	927 732,00
Variabilní náklady	112 023,00	153 294,00	193 495,00
Celkové náklady	1 039 755,00	1 081 026,00	1 121 227,00
HV před zdanění	246 753,00	648 918,00	1 047 653,00
HV před zdanění po zaokrouhlení	246 000,00	648 000,00	1 047 000,00
Daň z příjmů PO (19 %)	46 740,00	123 120,00	198 930,00
Čistý zisk/ztráta	200 013,00	525 798,00	848 723,00

Zdroj: Vlastní zpracování

V druhém roce provozu je předpokládán realistický scénář. Výpočet je zobrazen v Tabulce 26. Zisk v druhém roce v realistické variantě je nižší než v prvním roce provozu, a to z důvodu vyšších odpisů. Společnost zvolila rovnoměrné odpisování. V případě rovnoměrných odpisů jsou, jak už z názvu vyplývá, roční odpisy kromě prvního roku, kdy jsou odpisy nižší, shodné po celou dobu odpisování.

Tabulka 26 Výkaz zisku a ztrát k 31. 12. v Kč – druhý rok provozu

Položka	Pesimistická varianta	Realistická varianta	Optimistická varianta
Tržby	1 286 508,00	1 729 944,00	2 168 880,00
Mzdové náklady	394 000,00	394 000,00	394 000,00
Sociální a zdravotní pojištění	133 172,00	133 172,00	133 172,00
Energie	27 000,00	27 000,00	27 000,00
Pojištění	7 442,00	7 442,00	7 442,00
Odpisy nemovitosti	152 510,00	152 510,00	152 510,00
Odpisy vybavení	75 650,00	75 650,00	75 650,00
Odpisy automobilu	44 500,00	44 500,00	44 500,00
Silniční daň	1 872,00	1 872,00	1 872,00
Daň z nemovitosti	1 644,00	1 644,00	1 644,00
Mobil, wifi, kancelářské potřeby	18 000,00	18 000,00	18 000,00
Propagace	36 168,00	36 168,00	36 168,00
Úroky	134 118,00	134 118,00	134 118,00
Odpad	8 776,00	8 776,00	8 776,00
Opravy a udržování	8 400,00	8 400,00	8 400,00
Pohonné hmoty	18 000,00	18 000,00	18 000,00
Celkové fixní náklady	1 061 252,00	1 061 252,00	1 061 252,00
Variabilní náklady	112 023,00	153 294,00	193 495,00
Celkové náklady	1 173 275,00	1 214 546,00	1 254 747,00
HV před zdanění	113 223,00	515 398,00	914 133,00
HV před zdanění po zaokrouhlení	113 000,00	515 000,00	914 000,00
Daň z příjmů PO (19 %)	21 470,00	97 850,00	173 660,00
Čistý zisk/ztráta	91 763,00	417 548,00	740 473,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Společnost by ve třetím roce ráda dosáhla optimistické varianty. Výpočet je zobrazen v Tabulce 27. Zisk se v třetím roce v optimistické variantě nepatrně zvýšil, a to vzhledem k nižším úrokům z úvěru. Odpisy již budou stejné po celou dobu odpisování. Pokud by byly v dalších letech tržby konstantní, docházelo by k růstu zisku, a to vzhledem ke snižujícím se úrokům z úvěru.

Tabulka 27 Výkaz zisku a ztrát k 31. 12. v Kč – třetí rok provozu

Položka	Pesimistická varianta	Realistická varianta	Optimistická varianta
Tržby	1 286 508,00	1 729 944,00	2 168 880,00
Mzdové náklady	394 000,00	394 000,00	394 000,00
Sociální a zdravotní pojištění	133 172,00	133 172,00	133 172,00
Energie	27 000,00	27 000,00	27 000,00
Pojištění	7 442,00	7 442,00	7 442,00
Odpisy nemovitosti	152 510,00	152 510,00	152 510,00
Odpisy vybavení	75 650,00	75 650,00	75 650,00
Odpisy automobilu	44 500,00	44 500,00	44 500,00
Silniční daň	1 872,00	1 872,00	1 872,00
Daň z nemovitostí	1 644,00	1 644,00	1 644,00
Mobil, wifi, kancelářské potřeby	18 000,00	18 000,00	18 000,00
Propagace	36 168,00	36 168,00	36 168,00
Úroky	128 820,00	128 820,00	128 820,00
Odpad	8 776,00	8 776,00	8 776,00
Opravy a udržování	12 000,00	12 000,00	12 000,00
Pohonné hmoty	18 000,00	18 000,00	18 000,00
Celkové fixní náklady	1 059 554,00	1 059 554,00	1 059 554,00
Variabilní náklady	112 023,00	153 294,00	193 495,00
Celkové náklady	1 171 577,00	1 212 848,00	1 253 049,00
HV před zdanění	114 931,00	517 096,00	915 831,00
HV před zdanění po zaokrouhlení	114 000,00	517 000,00	915 000,00
Daň z příjmů PO (19 %)	21 660,00	98 230,00	173 850,00
Čistý zisk/ztráta	93 271,00	418 866,00	741 981,00

Zdroj: Vlastní zpracování

4.8.8 Rozvaha

V rozvaze (Tabulka 28) se v prvním roce provozu projeví odpisy majetku. Dochází ke splácení úvěru a do rozvahy vstupuje hospodářský výsledek, který vychází z pesimistického scénáře.

Tabulka 28 Rozvaha sestavená k 31. 12. v Kč – první rok provozu

Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek	8 303 590,00	Vlastní kapitál	4 650 013,00
Budova	7 572 990,00	Základní kapitál	4 450 000,00
Pozemek	250 000,00	HV	200 013,00
Automobil	178 000,00		
Vybavení penzionu	302 600,00		
Oběžný majetek	443 463,00	Cizí zdroje	4 097 040,00
Běžný účet	443 463,00	Bankovní úvěr	4 050 300,00
		Daňový závazek	46 740,00
Celkem	8 747 053,00	Celkem	8 747 053,00

Zdroj: Vlastní zpracování

V dalším roce se předpokládá výsledek hospodaření vycházející z realistického scénáře. Rozvaha sestavena k 31.12. druhého roku provozu je zobrazena v Tabulce 29. Pokračuje se v odpisování majetku, splácí se úvěr a opět do rozvahy vstupuje kladný hospodářský výsledek. V rozvaze byl ponechán hospodářský výsledek z prvního roku provozu a dochází k navýšení vlastního kapitálu. Daň z příjmu právnických osob ve výši 46 740,00 Kč byla uhrazena.

Tabulka 29 Rozvaha sestavená k 31. 12. v Kč – druhý rok provozu

Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek	8 030 930,00	Vlastní kapitál	5 067 561,00
Budova	7 420 480,00	Základní kapitál	4 450 000,00
Pozemek	250 000,00	HV	417 548,00
Automobil	133 500,00	HV z minulých let	200 013,00
Vybavení penzionu	226 950,00		
Oběžný majetek	1 029 951,00	Cizí zdroje	3 993 320,00
Běžný účet	1 029 951,00	Bankovní úvěr	3 895 470,00
		Daňový závazek	97 850,00
Celkem	9 060 881,00	Celkem	9 060 881,00

Zdroj: Vlastní zpracování

V třetím roce se předpokládá výsledek hospodaření vycházející z pesimistického scénáře. Rozvaha sestavena k 31.12. třetího roku provozu je zobrazena v Tabulce 30. Jako v předešlých letech se odpisuje majetek, splácí se úvěr a do rozvahy opět vstupuje hospodářský výsledek.

Tabulka 30 Rozvaha sestavená k 31. 12. v Kč – třetí rok provozu

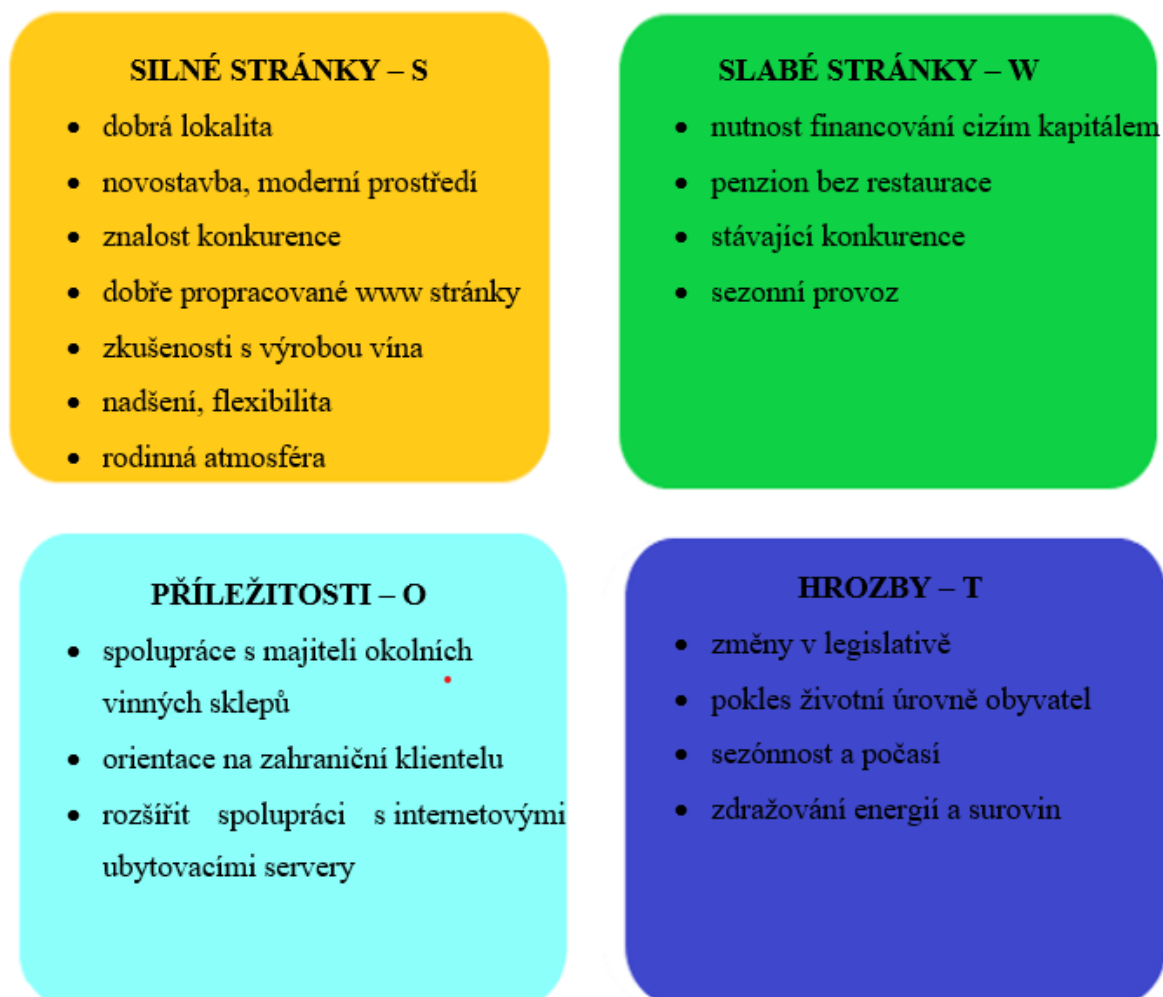
Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek	7 758 320,00	Vlastní kapitál	5 809 542,00
Budova	7 267 970,00	Základní kapitál	4 450 000,00
Pozemek	250 000,00	HV	741 981,00
Automobil	89 000,00	HV z minulých let	617 561,00
Vybavení penzionu	151 350,00		
Oběžný majetek	1 960 364,00	Cizí zdroje	3 909 192,00
Běžný účet	1 960 414,00	Bankovní úvěr	3 735 342,00
		Daňový závazek	173 850,00
Celkem	9 718 734,00	Celkem	9 718 734,00

Zdroj: Vlastní zpracování

4.9 SWOT analýza

Obrázek 11 obsahuje SWOT analýzu penzionu, kde jsou shrnuty nejvýznamnější silné a slabé stránky penzionu a také jeho příležitosti a hrozby.

Obrázek 111 SWOT analýza penzionu



Zdroj: Vlastní zpracování

Nejsilnější stránkou je **umístění penzionu**, který se nachází na strategickém místě. Na druhou stranu vzhledem k **finanční náročnosti projektu** je nutné použít na vybudování penzionu i cizí kapitál ve formě bankovního úvěru.

V blízkém okolí penzionu se nachází několik dalších vinných sklípků, které nenabízí ubytování pro své klienty. Velkou příležitostí pro penzion je **oslovení majitelů těchto sklípků** a nabídnout ubytování pro jejich klienty v přímé blízkosti. Penzion ohrožuje několik hrozeb, ale pokud bude docházet k neustálému růstu **nákladů na energie a surovin**, podnik nebude schopen poskytovat služby ve stejné kvalitě.

4.10 Analýza rizik

Riziko je neoddelitelnou součástí podnikání. Podnikatel musí s riziky počítat. V této kapitole v Tabulce 31 budou popsána rizika, která mohou nastat, a bude navrženo opatření ke zmírnění rizika.

Tabulka 31 Rizika projektu a návrhy opatření ke zmírnění rizik

Rizika projektu	Návrhy opatření ke zmírnění rizika
Vyšší konečná cena projektu	<ul style="list-style-type: none">• vytvoření finanční rezervy• navýšení úvěru• provést některé práce svépomocí
Neschopnost splácet úvěr	<ul style="list-style-type: none">• odklad splátek• propracovaný finanční plán
Sezónnost	<ul style="list-style-type: none">• dobrá marketingová strategie• lákavý program mimo hlavní sezónu
Živelné pohromy	<ul style="list-style-type: none">• pojištění

Zdroj: Vlastní zpracování

Mezi podnikatelská rizika patří také změny v legislativě. Legislativní rizika jsou neovlivnitelná a prakticky se jim podnikatel nemůže nijak bránit.

4.11 Vyhodnocení projektu

Realizace projektu na základě provedené analýzy trhu a konkurence má význam. Velkou výhodou je umístění penzionu. Rozhodující pro realizaci projektu jsou výsledky finančního plánu. Z porovnání nákladů a výnosů vychází, že penzion je schopen dosahovat zisku již při pesimistické variantě, která předpokládá obsazenost penzionu z 30 %. Podle výpočtu společnost i v prvním roce provozu vykazuje zisk ve výši 200 013,00 Kč, ale je potřeba si uvědomit, že v celkových nákladech nejsou zahrnuty náklady na vlastní kapitál a nebere se v úvahu mzda majitele. V druhém roce provozu je očekávána realistická varianta a dosažení zisku ve výši 417 548,00 Kč. Majitel by rád dosahoval zisku dle optimistického scénáře. Ve třetím roce provozu je počítáno s optimistickou variantou. Ve tomto roce dochází ke snížení nákladů, a to z důvodu nižších úroků z úvěru a penzion vykazuje roční zisk ve výši 741 981,00 Kč. Na základě výsledků vyplývá, že se projekt vyplatí z ekonomického hlediska realizovat.

5 ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu pro vybudování a provoz penzionu, posouzení konkurenceschopnosti, finančních možností podniku a finančních zdrojů potřebných při založení podniku. Součástí podnikatelského plánu je i zhodnocení životaschopnosti tohoto podniku.

Cílem majitele je vytvořit moderní rodinný penzion, který se stane vyhledávaným a oblíbeným ubytovacím zařízením mezi turisty, poskytující kvalitní ubytování a služby. Důležité je, aby se zákazníci cítili v penzionu spokojeně a rádi se vraceli.

V teoretické části práce byly představeny základní pojmy související s podnikáním. Dále zahrnuje popis samotného podnikatelského plánu a jeho struktury a popisuje jednotlivé kapitoly, které by neměly chybět v dobrém podnikatelském plánu.

Praktická část se nejdříve věnuje popisu podniku, kde je popsána právní forma podnikání, lokalita obce, popsán podrobně projekt a obsahuje také vize a cíle penzionu. Dále je detailně popsána nabídka a byla provedena analýza trhu včetně zákazníků penzionu a jeho konkurence. Byl zanalyzován trh, byli určeni zákazníci penzionu a konkurenti penzionu. Důležitou kapitolu tvoří marketingový mix rozebírající produkt, cenu, distribuci a propagaci.

Velká pozornost je v bakalářské práci věnována finančnímu plánu, který propojuje všechny předchozí body v číselné vyjádření. V plánu je vypočtena počáteční investice nutná k uvedení penzionu do provozu. Pro výstavbu penzionu je potřeba získat podnikatelský úvěr ve výši 4 200 000,00 Kč.

Finanční plán obsahuje tři různé varianty provedení – pesimistickou, realistickou a optimistickou. V prvním roce provozu je očekáván pesimistický vývoj. I v prvním roce společnost vykazuje zisk. I když společnost již v prvním roce vykazuje zisk ve výši 200 013,00 Kč, nejsou v nákladech zahrnuty náklady na vlastní kapitál a nebere se v úvahu mzda vlastníka. Od druhého roku provozu by majitel chtěl dostáhnout tržeb podle realistické varianty.

Na konci praktické části jsou shrnuty silné a slabé stránky penzionu ve SWOT analýze. Nejsilnější stránkou penzionu je jeho umístění, mezi slabé stránky patří finanční náročnost projektu a jako příležitost majitel vidí v oslovení majitelů sousedních sklepů. Poslední kapitola se věnuje analýze rizik a návrhům opatření k jejich zmírnění.

Z výše uvedeného doporučuji projekt k realizaci a uvádím, že cíl bakalářské práce, tedy vypracování podnikatelského plánu a posouzení realizovatelnosti výstavby nového penzionu byl splněn.

6 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

6.1 Monografie

BEDNÁŘOVÁ, Dagmar a Dagmar ŠKODOVÁ PARMOVÁ, 2010. *Malé a střední podnikání*. 2. rozš. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita: Ekonomická fakulta, 146 s. ISBN 978-80-7394-229-8.

BLAŽKOVÁ, Martina, 2007. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 280 s. ISBN 978-80-247-1535-3.

ČIŽINSKÁ, Romana, 2018. *Základy finančního řízení podniku*. 1. vyd. Praha: Grada, 240 s. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-0194-8.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK, 2005. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

FOTR, Jiří a Jiří HNILICA, 2014. *Aplikovaná analýza rizika ve finančním managementu a investičním rozhodování*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 304 s. ISBN 978-80-247-5104-7.

Jak napsat podnikatelský plán: aneb kudy vede cesta k úspěchu, 2005. 1. vyd. Praha: CzechInvest, 98 s.

KLÍČNÍK, Jan, 2020. *Cenová nabídka: Svoz odpadu*. Tasovice.

KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO, 2005. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 252 s. Praxe podnikatele. ISBN 80-251-0592-X.

KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ, 2008. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 216 s. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-251-1605-0.

MRŇA, Pavel, 2018. *Projektová dokumentace: Stavba zázemí k vinnému sklepu s ubytováním na pozemku parc. č. 1685 v k.ú. Oblekovice*. Znojmo.

MRKVIČKA, Josef, 2013. *Podniková ekonomika: distanční studijní opora*. 1. vyd. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, 197 s. ISBN 978-80-87314-41-8.

PLHOŇOVÁ, Věra, 2011. *Základy podnikání malých a středních firem: distanční studijní opora*. 1. vyd. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, 122 s. ISBN 978-80-87314-17-3.

SCHOLLEOVÁ, Hana, 2008. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. 1. vyd. Praha: Grada, 256 s. Expert. ISBN 978-80-247-2424-9.

SRPOVÁ, Jitka et al., 2007. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 242 s. ISBN 978-80-245-1263-1.

SRPOVÁ, Jitka, et. al., 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 200 s. Expert. ISBN 978-80-247-4103-1.

STAŇKOVÁ, Anna, 2007. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 199 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7179-926-9.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ et al., 2012. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 336 s. Expert. ISBN 978-80-247-4520-6.

WÖHE, Günter a Eva KISLINGEROVÁ, 2007. *Úvod do podnikového hospodářství*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 928 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7179-897-2.

6.2 Internetové zdroje

ACUTT, Mark, c2019. The Marketing Mix 4P's and 7P's Explained. In: *The Marketing Mix: The Marketing Mix Definition of 4P's and 7P's* [online]. Astra [cit. 2019-11-01]. Dostupné z: <https://marketingmix.co.uk/>

BERRY, Tim, c1996-2019. How to write an executive summary. In: *Bplans: Starting a business made easy* [online]. Eugene: Palo Alto Software [cit. 2019-10-29]. Dostupné z: <https://articles.bplans.com/writing-an-executive-summary/>

Cestovní ruch: Lidé v ČR mají stále více peněz na cestování. V zahraniční klientele posilují turisté z Asie, 2019. In: *SOCR ČR: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR* [online]. Praha: SOCR ČR, 11.2.2019 [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/cestovni-ruch-lide-v-cr-maji-stale-vice-penez-na-cestovani-v-zahranicni-klientele-posiluji-turiste-z-asie/>

CIESLAR, Jan, 2019. Z cestovního ruchu nejvíce profituje Praha. In: *Český statistický úřad* [online]. Praha: Český statistický úřad, 08.11.2019 [cit. 2019-12-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/z-cestovniho-ruchu-nejvice-profituje-praha>

Co je podnikatelský plán, 2006. In: *Businessinfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. Praha: CzechTrade, 01.02.2006 [cit. 2019-10-28]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/co-je-podnikatelsky-plan-3740.html/>

FILÁK, Petr, 2018. SWOT ANALÝZA: jak s ní pracovat a jak jí využít pro svůj růst a podnikání. In: *Krizový manažer* [online]. Bohumín: WordPress, 10.06.2018 [cit. 2019-10-31]. Dostupné z: <http://www.krizovy-manager.cz/2018/06/10/swot-analyza-jak-s-ni-pracovat-a-jak-ji-vyuzit-pro-svuj-rust-a-podnikani/>

Hotel Bax, c2012. In: *Hotel Bax* [online]. Znojmo: Petr Kantor [cit. 2020-02-01]. Dostupné z <https://hotelbax.webnode.cz/>

Krásný sklep Nový Šaldorf, c2016. In: *Krásný sklep Nový Šaldorf* [online]. Nový Šaldorf: Jana Tkadlecová [cit. 2020-02-01]. Dostupné z <https://krasnysklep.cz/>

Mapy.cz, c1996–2020. In: *Seznam.cz* [online]. Praha: Seznam.cz [cit. 2020-02-04]. Dostupné z <https://mapy.cz/zakladni?x=16.0572488&y=48.8496787&z=13&source=ward&id=7610>

Mapy.cz, c1996–2020. In: *Seznam.cz* [online]. Praha: Seznam.cz [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=16.0811811&y=48.8370988&z=14>

Mapy Google, c2020. In: *Google* [online]. Mountain View: Google LLC [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://www.google.cz/maps/@48.8299416,16.0848631,3a,75y,312.06h,101.4t/data=!3m6!1e1!3m4!1sU2Q6Xu3D6nB6gHOJMuRLGg!2e0!7i16384!8i8192>

Marketingový mix, c2011–2017. In: *Sun Marketing* [online]. Praha: Sun Marketing [cit. 2019-11-01]. Dostupné z: <https://www.sun.cz/nastroje/navody-pro-klienty/marketingovy-mix/>

Nahlížení do katastru nemovitostí, c2004–2020. In: *ČÚZK: Státní správa zeměměřictví a katastru* [online]. Praha: Český úřad zeměměřický a katastrální [cit. 2020-01-14]. Dostupné z [http://sgi-](http://sgi-nahlizenidokn.cuzk.cz/marushka/default.aspx?themeid=3&&MarQueryId=2EDA9E08&Mar)

[nahlizenidokn.cuzk.cz/marushka/default.aspx?themeid=3&&MarQueryId=2EDA9E08&Mar](http://sgi-nahlizenidokn.cuzk.cz/marushka/default.aspx?themeid=3&&MarQueryId=2EDA9E08&Mar)

QParam0=52454444010&MarQParamCount=1&MarWindowName=Marushka

Penzion a restaurace BLANKA, c2019. In: *Penzion a restaurace BLANKA* [online]. Nový Šaldorf: Penzion Blanka [cit. 2020-02-03]. Dostupné z <https://pension-blanka.cz/>

Penzion u Kapličky, c2012. In: *Penzion u Kapličky* [online]. Nový Šaldorf: Rodina Vojtkova [cit. 2020-02-03]. Dostupné z <http://www.penzion-ukaplicky-znojmo.cz/>

Penzion u Komína, c2015. In: *Penzion u Komína* [online]. Znojmo: Penzion u Komína Znojmo [cit. 2020-02-01]. Dostupné z <https://www.penzionukomina.cz/>

PESTLE analýza, 2015. In: *ManagementMania* [online]. Wilmington: ManagementMania.com, 30.07.2015 [cit. 2019-11-02]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/pestle-analyza/>

Podnikatelský plán a strategie, 2012. In: *Businessinfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. Praha: CzechTrade, 22.10.2012 [cit. 2019-10-28]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html#!/>

Poplatek z pobytu, 2019. In: *Znojmo: město s přívlastkem* [online]. Znojmo: Město Znojmo, 31.12.2019 [cit. 2020-02-20]. Dostupné z https://www.znojmocity.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=19341&id=71576&n=poplatek%2Dz%2Dpobytu

Právní formy podnikání pro fyzické a právnické osoby, 2014. In: *iPodnikatel.cz: portál pro začínající podnikatele* [online]. Zlín: Jakub Křížka, 22.01.2014 [cit. 2019-10-25]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/pravni-formy-podnikani-pro-fyzicke-a-pravnicke-osoby.html/>

Šaldorf penzion & vinný sklep, c2014. In: *Šaldorf penzion & vinný sklep* [online]. Nový Šaldorf: David Olejník [cit. 2020-02-03]. Dostupné z www.penzionsaldorf.cz/

Váš sklep, c2016. In: *Váš sklep: vinný sklep a penzion* [online]. Sedlešovice: Jitka Mikulášková [cit. 2020-02-01]. Dostupné z <https://www.vassklep.cz/>

6.3 Legislativa

Obecně závazná vyhláška Města Znojma č. 11/2019, o místním poplatku z pobytu. In: *Znojmo: město s přívlastkem* [online]. Znojmo: Město Znojmo [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: https://www.znojmocity.cz/assets/File.ashx?id_org=19341&id_dokumenty=71376.

Zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů. In: *CODEXIS* [právní informační systém]. Ostrava: ATLAS consulting [vid. 2019-10-23].

Zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. In: *CODEXIS* [právní informační systém]. Ostrava: ATLAS consulting [vid. 2019-10-23].

Zákon č. 90/2012 Sb. o obchodních společnostech a družstvech, ve znění pozdějších předpisů. In: *CODEXIS* [právní informační systém]. Ostrava: ATLAS consulting [vid. 2019-10-25].

7 SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ

7.1 Seznam tabulek

Tabulka 1 Klasifikace podniků v ČR	14
Tabulka 2 Ceník ubytování v Kč.....	41
Tabulka 3 Ceník ubytování v Kč.....	42
Tabulka 4 Náklady na distribuci a propagaci před zahájením provozu v Kč.....	49
Tabulka 5 Měsíční náklady na distribuci a propagaci v Kč	49
Tabulka 6 Výpočet čisté mzdy zaměstnankyně v Kč.....	49
Tabulka 7 Výpočet čisté mzdy brigádníka v Kč.....	50
Tabulka 8 Předpokládané počáteční náklady v Kč.....	50
Tabulka 9 Rozvaha sestavená k počátku provozu v Kč	51
Tabulka 10 Podnikatelský úvěr	51
Tabulka 11 Tržby v pesimistické variantě.....	53
Tabulka 12 Tržby v realistické variantě	53
Tabulka 13 Tržby v optimistické variantě	54
Tabulka 14 Tržby za snídaně.....	54
Tabulka 15 Celkový odhad tržeb v Kč	55
Tabulka 16 Fixní náklady v prvním roce provozu v Kč.....	56
Tabulka 17 Odpisový plán.....	57
Tabulka 18 Fixní náklady v druhém a třetím roce provozu v Kč.....	57
Tabulka 19 Variabilní náklady v Kč na jednu položku	59
Tabulka 20 Roční variabilní náklady v Kč.....	59
Tabulka 21 Roční zkrácený rozpočet v Kč.....	60
Tabulka 22 Příjmy a výdaje v Kč – pesimistická varianta	60
Tabulka 23 Příjmy a výdaje v Kč – realistická varianta.....	61
Tabulka 24 Příjmy a výdaje v Kč – optimistická varianta	61
Tabulka 25 Výkaz zisku a ztrát k 31. 12. v Kč – první rok provozu.....	62
Tabulka 26 Výkaz zisku a ztrát k 31. 12. v Kč – druhý rok provozu.....	63
Tabulka 27 Výkaz zisku a ztrát k 31. 12. v Kč – třetí rok provozu.....	64
Tabulka 28 Rozvaha sestavená k 31. 12. v Kč – první rok provozu	64
Tabulka 29 Rozvaha sestavená k 31. 12. v Kč – druhý rok provozu	65
Tabulka 30 Rozvaha sestavená k 31. 12. v Kč – třetí rok provozu	65
Tabulka 31 Rizika projektu a návrhy opatření ke zmírnění rizik	67

7.2 Seznam obrázků

Obrázek 1 Marketingový mix 4P.....	23
Obrázek 2 SWOT analýza	27
Obrázek 3 Logo penzionu.....	31
Obrázek 4 Mapa města Znojma.....	34
Obrázek 5 Pohled na vinné sklepy směrem k městu Znojmu	34
Obrázek 6 Pozemek určený k výstavbě	35
Obrázek 7 Situační náskres penzionu a parkovacího stání	35
Obrázek 8 Projekt penzionu – přízemí	36
Obrázek 9 Projekt penzionu – podkroví.....	36

Obrázek 10 Umístění penzionu	45
Obrázek 11 SWOT analýza penzionu	66

8 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha I: Cenová nabídka: svoz odpadu

Příloha II: Formulář pro ohlašovací povinnost: poplatek z pobytu

9 PŘÍLOHY

Příloha I: Cenová nabídka: svoz odpadu

Jan Klíčník - KJ spol. KJ
Tasovice 395, 671 25 Hodonice
tel. 774 345 733, e-mail: kj.odpady@seznam.cz

CENOVÁ NABÍDKA

Směsný komunální odpad

PENZION - při obsazenosti 15 - 20 zákazníků

Velikost nádoby	Počet vývozu (rok)	Počet nádob (ks)	Druh služby	Cena vývozu nádoby / za rok	
240 L	26	2	Manipulace a doprava	2340,- Kč	ks

Přesná tonáž je získána za pomoci vážního systému vozidla.

Tříděný odpad

Velikost nádoby	Počet vývozu (rok)	Počet nádob (ks)	Druh služby	Cena za výsyp	
240 L	26	2	Svoz papíru a lepenky	70,- Kč	ks
240 L	26	2	Svoz plastových obalů	80,- Kč	ks
240 L	-	4	pronájem za rok	290,- Kč	ks

Velikost nádoby	Počet vývozu (rok)	Počet nádob (ks)	Druh služby	Cena za litr	
50 L	-	2	Gastroodpad	3,50 Kč	litr

Čipování nádob

	Cena za ks bez DPH	
Čip na plastovou popelnici	49,50 Kč	ks
Evidenční štítek	9,50 Kč	ks
Očipování nádob zaměstnanci svozové firmy	ZDARMA	

Zdroj: Klíčník, 2020

Příloha II: Formulář pro ohlašovací povinnost: poplatek z pobytu

Městský úřad Znojmo
Finanční odbor
Obroková 1/12
669 22 Znojmo

razítko podatelny - den podání

Místní poplatek z pobytu OHLAŠOVACÍ POVINNOST

A. Plátce (ubytovatel)

Jméno, příjmení, název, obchodní firma:

Obecný identifikátor (rodné číslo, IČO):

Místo pobytu (trvalý pobyt), sídlo, místo podnikání:

Adresa pro doručování :

Číslo účtu peněžního ústavu :

Osoby oprávněné jednat v poplatkové věci :

Telefon : E-mail :

B. Ubytovací zařízení

Název ubytovacího zařízení:

Adresa ubytovacího zařízení:

Počet využitelných lůžek : Datum zahájení (ukončení) činnosti :

Prohlašuji, že veškeré údaje jsem uvedl/a podle nejlepšího vědomí a svědomí a že jsem si vědom/a důsledků v případě uvedení nepravdivých nebo neúplných údajů.

Ve Znojmě dne

.....
Podpis (razítko organizace)