



Rozšíření podnikatelských aktivit ve vybraném podniku služeb

Bakalářská práce

Studijní program: B6208 – Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R175 – Ekonomika a management služeb
Autor práce: **Šárka Havířová**
Vedoucí práce: Ing. Jan Mačí, Ph.D.



ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Šárka Havířová
Osobní číslo: E14000145
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Ekonomika a management služeb
Název tématu: Rozšíření podnikatelských aktivit ve vybraném podniku
služeb
Zadávací katedra: Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Teoretická východiska dané problematiky.
2. Charakteristika vybraného podniku.
3. Popis a analýza vybrané investice.
4. Zhodnocení zjištěných výsledků.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby dokumentace**

Rozsah pracovní zprávy: **30 normostran**

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

Seznam odborné literatury:

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů. Praha: GRADA Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3293-0.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Praha: GRADA Publishing, 2005. ISBN 80-247-0939-2.

VYSEKALOVÁ, Jitka. Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky". Praha: GRADA Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3528-3.

SVOZILOVÁ, Alena. Projektový management. Praha: GRADA Publishing, 2006. ISBN 80-247-1501-5.

PERREAULT, William D., Joseph P. CANNON and E. Jerome MCCARTHY. Basic marketing: a marketing strategy planning approach. 19 ed. New York: McGraw-Hill Irwin, 2014. ISBN 9781259060762.

Elektronická databáze článků ProQuest (knihovna.tul.cz).

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jan Mačí, Ph.D.**

Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Konzultant bakalářské práce: **Petr Jindrák**

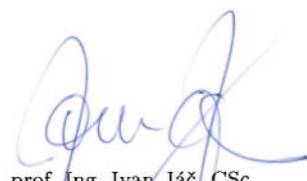
ředitel Zámeckého resortu Dětenice

Datum zadání bakalářské práce: **30. října 2016**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. května 2018**



prof. Ing. Miroslav Žížka, Ph.D.
děkan



prof. Ing. Ivan Jáč, CSc.
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. října 2016

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

Anotace

Předmětem bakalářské práce „Rozšíření podnikatelských aktivit ve vybraném podniku služeb“ je zachycení problematiky investic, jejich plánování, financování a hodnocení jejich efektivnosti. První polovina bakalářské práce obsahuje teoretická východiska. Zde je pomocí deskripce definován pojem investice z různých pohledů a jejich členění, základní shrnutí plánování investic, popis jednotlivých fází investičního projektu a způsoby financování. Podstatná část práce je tvořena popisem vybraných metod hodnocení efektivnosti investic. V textu je zahrnuta i záležitost nákupního chování spotřebitelů. Druhá část práce vychází z aplikování předchozích teoretických poznatků na přímo navrhovanou investici ve vybraném podniku služeb. V závěru práce je zpracována syntéza poznatků.

Klíčová slova

Hodnocení efektivnosti, investice, metody hodnocení, peněžní toky

Annotation

Expansion of Business Activities in Selected Service Enterprise

The Subject of this bachelor thesis, “Expansion of Business Activities in Selected Service Enterprise”, captures the problematic of investment including the planning, financing and evaluating of its efficiency. The first half of the thesis comprises theoretical issues. With the help of description, it is possible to define term investments from several perspectives and their divisions. The basic summarising of investment planning, phases of the investment project and the sources of financing are also discussed. The principal part focuses on describing selected methods for the evaluation efficiency of investments. Also included in the text is the issue of customer buying behavior. The second part is based on the application of further theoretical knowledge on the proposed investment in selected service enterprise. The results are synthesized in the conclusion.

Key words

Cash flow, efficiency evaluation, investments, methods of evaluations

Obsah

Seznam tabulek.....	9
Seznam obrázků.....	10
Úvod.....	11
1. Investiční rozhodování v podniku a fáze života projektu.....	13
1.1 Investiční rozhodování.....	13
1.2 Fáze investičního projektu.....	13
2. Zdroje financování.....	15
2.1 Členění zdrojů podle místa původu.....	15
2.2 Členění zdrojů podle vlastnictví kapitálu.....	16
3. Investice a metody hodnocení jejich efektivnosti.....	17
3.1 Předpokládané peněžní toky z investice.....	18
3.1.1 Kapitálový výdaj.....	18
3.1.2 Peněžní příjmy.....	19
3.2 Metody hodnocení investic.....	20
3.2.1 Statické metody.....	21
3.2.2 Dynamické metody.....	23
4. Zákazníci a jejich nákupní chování.....	25
4.1 Typy nakupujících.....	25
4.2 Nákupní chování.....	26
4.3 Nakupování turistů.....	27
5. Charakteristika podniku a investice.....	28
5.1 Charakteristika vybraného podniku.....	28
5.1.1 Suvenýry.....	29
5.1.2 Dětenické peklo.....	33
6. Odhad kapitálových výdajů a budoucích peněžních příjmů.....	35
6.1 Kapitálový výdaj.....	35
6.2 Odhad budoucích příjmů.....	36
7. Metody pro zhodnocení efektivnosti investice a jejich posouzení.....	37
7.1 Výpočet metod hodnocení.....	37
7.1.1 Výnosnost (rentabilita, ziskovost) investice.....	37

7.1.2 Doba návratnosti investice	38
7.1.3 Čistá současná hodnota.....	40
7.2 Zhodnocení vypočtených ukazatelů.....	40
Závěr	42
Seznam citací.....	44
Seznam příloh	46
Příloha A – Budova s Dětenickým peklem a suvenýry.....	47

Seznam tabulek

Tabulka 1: Kapitálové výdaje.....	35
Tabulka 2: Předpokládané příjmy z investice.....	36
Tabulka 3: Výpočet čistého zisku.....	38
Tabulka 4: Kumulované cash flow po zdanění	39
Tabulka 5: Přehled vybraných použitých metod hodnocení efektivnosti investice	40

Seznam obrázků

Obrázek 1: Znázornění polohy Zámeckého resortu Dětenice na mapě.....	28
Obrázek 2: Schéma prostor Dětenického pekla a suvenýrů	31
Obrázek 3: Okamžik návštěvy suvenýrů	32
Obrázek 4: Přijetí nového vstupu zákazníky	33
Obrázek 5: Počet návštěvníků Dětenického pekla v roce 2016.....	34

Úvod

Investiční rozhodování patří mezi nejdůležitější manažerská rozhodnutí, která mají za cíl zabezpečit prosperitu a úspěšnost rozvoje podniku. Většinou se promítají v dlouhém časovém horizontu a jsou spojena s vynaložením velkého finančního obnosu. Z tohoto důvodu je potřeba vybrat správné investice, které zajistí vývoj podniku a zvýší jeho konkurenceschopnost a ziskovost. Při rozhodování o přijetí či zamítnutí investičního projektu jsou využívány metody hodnocení ekonomické efektivity, které posuzují investici dle stanoveného kritéria. Pro správné posouzení investice jsou potřeba kvalitní vstupní údaje, kterými jsou především kapitálový výdaj a předpokládané peněžní příjmy. Nesprávně zhodnocená a neefektivní investice může podniku způsobit velké finanční problémy.

Cílem této bakalářské práce je vypracovat zhodnocení navrhované investice ve vybraném podniku služeb a posoudit její celkový přínos pro podnik.

Tímto podnikem je Zámecký resort Dětenice, který je velice často vyhledávaným cílem turistů. Důvodem pro výběr tohoto podniku byla známost s personálem i chodem obchodu se suvenýry získaná během letních prací v tomto obchodu. Investice se týká již zmiňovaných suvenýrů a v té samé budově nacházejícího se Dětenického pekla. K zhodnocení navrhované investice budou využity metody hodnocení investic.

Bakalářská práce je rozdělena do šesti kapitol. Úvodní teoretické kapitoly jsou psány pomocí vědecké metody deskripce. V první kapitole je rozebráno investiční rozhodování, které je pro úspěšnost podniku velice důležité a patří mezi ta nejsložitější rozhodnutí v podniku. Přijetí investice může mít na podnik veliký vliv, ať už pozitivní či negativní. První kapitola také popisuje jednotlivé fáze, kterými investiční projekt prochází.

Druhá kapitola popisuje problematiku zdrojů financování. Jsou zde vysvětleny rozdíly mezi investováním z cizích a vlastních zdrojů či vnitřních a vnějších zdrojů. Podnik si ve svém finančním plánu podle svých možností určí, z kterých zdrojů bude svůj projekt financovat.

V následující kapitole je definován samotný význam slova investice z několika pohledů. Současně je také zahrnut způsob výpočtu předpokládaných peněžních toků z investice, kterými jsou kapitálový výdaj a predikované peněžní příjmy. Kapitola obsahuje stěžejní problematiku hodnocení efektivnosti investic a popisuje vybrané metody pro hodnocení investice, které budou dále použity.

Čtvrtá kapitola se zabývá nákupním chováním spotřebitelů a jejich nákupními zvyky. Současně popisuje celý nákupní proces od uvědomění si potřeby či problému až po celkové zhodnocení, zda bylo naše očekávání z nákupu splněno či nikoliv. Důležitou podkapitolou je chování samotných turistů, které je pro danou investici velice podstatné.

V páté kapitole je představen Zámecký resort Dětenice a navrhovaná investice, která je spojena se suvenýry a Dětenickým peklem. Pro zjištění reálné situace byla provedena mezi návštěvníky anketa, jejíž výsledky jsou v této kapitole prezentovány. Kapitola také zahrnuje důležitá čísla spojená s návštěvností Dětenického pekla.

Šestá kapitola obsahuje postup výpočtu kapitálového výdaje a budoucích peněžních příjmů. Práce je zakončena dosazením jednotlivých postupných výsledků do vybraných vzorců metod hodnocení efektivnosti investice. Celou práci zakončuje přehled získaných výsledků.

Pro lepší orientaci v dané problematice je bakalářská práce doplněna několika tabulkami a schématem, které zachycuje rozmístění jednotlivého zboží v prodejně se suvenýry a cestu zákazníka po prodejně.

1. Investiční rozhodování v podniku a fáze života projektu

V této kapitole je nastíněna problematika investičního rozhodování v oblasti investic. Další podkapitola rozebírá jednotlivé fáze investičního projektu.

1.1 Investiční rozhodování

V podniku se lze setkat s investičním rozhodováním, jehož náplní je rozhodnutí o tom, který investiční projekt bude přijat a který zamítnut. Jedná se zpravidla o rozhodování strategické a dlouhodobé, tudíž hlavní slovo o volbě investice, způsobu provedení, financování či případného ukončení bude mít obvykle vlastník podniku. Dlouhodobost je jedním ze specifíků investiční činnosti. Dlouhodobý horizont s sebou přináší větší možnost rizika odchýlení se od původních záměrů co se předpokládaných výdajů i očekávaných příjmů a výnosů týče. Při investiční činnosti se většinou jedná o kapitálově a časově náročné operace a dochází zde k aplikaci nových technologií či výrobků. Je potřeba věcná koordinace různých účastníků, kteří mají své ekonomické zájmy a cíle. [1][2][3]

Investiční rozhodování musí kromě interních faktorů, které jsou spojené s podnikovou strategií a vnitropodnikovými procesy, také zohledňovat určité faktory externí, jejichž vývoj lze jen s obtížemi předpovídat a mohou pro podnik představovat určité riziko a nejistotu. Mezi tyto faktory lze zařadit například chování konkurence, situaci na trhu, ceny základních surovin a energií či měnové kurzy. Je však nezbytné si uvědomit, že v podnikatelském prostředí lze najít i příležitosti, které mohou být zdrojem zajímavého investičního projektu, bez něhož by nemohlo dojít k investičnímu rozhodování. [1][3]

1.2 Fáze investičního projektu

Projekt se po celou dobu své existence vyvíjí a přechází z jedné fáze do druhé. Tento vývoj je nazýván jako životní cyklus projektu. Uspořádání projektu dle logického časového sledu je potřebné pro zlepšení podmínek při kontrole (srovnávání kvantifikovaných hodnot v určených měřících bodech, porovnání ukazatelů s předpokládaným stavem) jednotlivých

procesů a umožňuje orientaci všech účastníků v jednotlivých stádiích projektu, čímž je zvyšována pravděpodobnost celkového úspěchu.

K zajištění úspěšnosti projektu je důležité důkladné zpracování jednotlivých fází do logického časového sledu. V každém kroku je určeno, jaký typ práce má být v daném stupni rozvoje projektu vykonán, jaké konkrétní výstupy jsou v jednotlivých krocích produkovány a jak jsou ověřovány a hodnoceny [4]. Projekt se člení na fáze:

Předinvestiční – v této fázi se získávají velice důležité informace a poznatky marketingové, technicko-hospodářské, ekonomické a finanční povahy díky vypracování předprojektových analýz. Zpracování těchto analýz nebývá zpravidla levnou záležitostí, ale pomůže to předejít značným finančním ztrátám spojených s investováním peněz do špatných projektů. V tomto kroku dochází k rozhodnutí o možném přijetí či nepřijetí projektu a rozhoduje se o způsobu financování veškeré dokumentace, která s touto fází souvisí.

Investiční – zpravidla se dá rozčlenit na dvě základní etapy, které jsou nazývány jako etapa projekční a etapa realizační (etapa výstavby). Realizační fáze spočívá ve výstavbě projektu a končí předáním dokončeného projektu do zkušebního, příp. trvalého provozu. Předtím dochází k zaškolení provozní obsluhy, kolaudačnímu řízení nebo alespoň povolení ke zkušebnímu provozu a provedení garančních testů.

Provozní – na začátku by měl být spuštěn zkušební provoz, kdy postupně instalovaná jednotka nabíhá na projektovou kapacitu. Provozní fáze nezahrnuje pouze běžný provoz vybudované jednotky, ale také postupné zdokonalování a především důkladnou údržbu jednotky, která je sice obvykle nákladná, ale zajišťuje, aby byl projekt spolehlivě a bezpečně využíván po dobu jeho životnosti.

Ukončení provozu a likvidace – tato fáze spočívá v odstranění vybudovaného zařízení po skončení životnosti projektu. I zde vznikají určité náklady, které souvisejí např. s odstraněním zařízení či sanací původně zastavěných ploch. Naskytuje se zde také možnost výnosu, který je spojený s prodejem likvidovaného zařízení nebo alespoň s výnosem ze sešrotování apod. [1]

2. Zdroje financování

Při dlouhodobém financování investic je jedním z cílů zajistit dostatečnou výši kapitálu tak, aby byla splněna požadovaná míra výnosnosti. Dále je to dosažení co nejnižších průměrných nákladů kapitálu na požadované investice a posledním cílem je udržení finanční stability, která by mohla být narušena např. neúměrným zapojením cizího dlouhodobého kapitálu do financování investic. [2]

K přípravě a realizaci investičního projektu je potřeba si sestavit finanční plán, v němž je určeno, jaké zdroje financování budou použity. Jak uvádí Valach [2, s. 260] „*Ve finančním řízení a rozhodování stabilizovaného podniku by se měla uplatňovat zásada: dlouhodobý majetek podniku je třeba krýt dlouhodobými zdroji, dlouhodobým kapitálem. Krátkodobý majetek může být financován i krátkodobými zdroji.*“ [2][5]

Finanční zdroje můžeme klasifikovat dle více hledisek. Jedněmi z nich může být členění dle původu finančního zdroje (interní a externí) a dle vlastnictví zdroje (vlastní a cizí). [2]

2.1 Členění zdrojů podle místa původu

Interní zdroje se používají, jestliže je projekt realizován již existující firmou, a tudíž může využít zdroje, které představují výsledky vlastní podnikatelské činnosti. Vnitřní činností podniku vznikají zdroje, jako je: zisk po zdanění, nerozdělený zisk, odpisy a přírůstky rezerv, rezervní fondy, odprodej některých složek dlouhodobého majetku a snížení oběžných aktiv, což znamená redukci především zásob a pohledávek. [2][5][6]

Nově vznikající firmy nemají možnost využít interní zdroje, a proto používají pouze externí zdroje financování. K nejzákladnějším externím zdrojům financování, které mohou samozřejmě použít i již existující firmy, se řadí: původní vklady vlastníků a jejich zvyšování, které mají podobu akciového kapitálu u akciových společností, dlouhodobé bankovní nebo dodavatelské úvěry, dluhopisy, krátkodobé bankovní úvěry, účasti, subvence a dary nebo rizikový kapitál. [5]

2.2 Členění zdrojů podle vlastnictví kapitálu

Při rozdělení, kdy použijeme jako hledisko členění vlastnictví, se zdroje financování člení na vlastní kapitál neboli vlastní zdroje a cizí kapitál, nazývaný též jako cizí zdroje.

Vlastní kapitál představuje bezpečný zdroj financování investičních projektů. Je používán jako primární zdroj financování a skládá se ze základního kapitálu, který je tvořen vklady vlastníků vložených při založení společnosti. Může dojít také k navýšení základního kapitálu, kdy způsob se odvíjí od typu právní formy společnosti. V případě akciové společnosti dochází k emisi akcií a u společnosti s ručeným omezeným se navyšuje kapitál pomocí vkladu společníka. Dále mezi tyto zdroje financování řadíme nerozdělený zisk z minulých období (někdy označován termínem „zadržovaný zisk“), který lze charakterizovat jako část zisku po zdanění nepoužitou na výplatu podílu na zisku či na tvorbu fondů ze zisku. Dalšími zdroji jsou odpisy dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku, výnosy z prodeje (likvidace) dlouhodobého majetku a zásob a všechny ostatní vlastní zdroje, jimiž mohou být kapitálové fondy. Mezi vlastní kapitál se také řadí účasti, subvence a dary. [5]

Jestliže je projekt financován z cizích zdrojů, znamená to, že tyto zdroje byly podniku zapůjčeny a budou se muset dříve či později vrátit. Podle toho na jak dlouho jsou nám zdroje poskytnuty, rozlišujeme dlouhodobý a krátkodobý cizí kapitál. Dluh se vrací i s dodatečnými úroky. Je několik důvodů, kvůli kterým podnik využívá cizí kapitál. Jedním z nich může být nedostatek finančních prostředků ve chvíli, kdy jsou potřeba. Druhým důvodem může být fakt, že cizí kapitál je většinou levnější než vlastní. [5][7]

Dle rozvahy se cizí zdroje člení na rezervy, které jsou vytvářeny pro budoucí výdaje, jestliže se podnik domnívá, že nastanou. Dále mezi cizí zdroje řadíme dlouhodobé závazky, kam patří emitované dluhopisy, dlouhodobé směnky k úhradě, bankovní úvěry a výpomoci. Krátkodobé závazky představují závazky splatné do 1 roku, např. dodavatelský úvěr a krátkodobé bankovní úvěry. Poslední položkou jsou ostatní pasiva. [5][7]

Nejvyužívanějším způsobem získávání prostředků na realizaci projektu je úvěr od bankovních institucí nebo emise obligací. [5]

3. Investice a metody hodnocení jejich efektivity

Investice lze definovat z různých pohledů. Např. Valach [2, s. 15] definuje investici z makroekonomického hlediska jako „*použití úspor k výrobě kapitálových statků, eventuálně k vývoji technologií a k získání lidského kapitálu. Znamenají obětování dnešní (jisté) hodnoty za účelem získání budoucí (zpravidla méně jisté) hodnoty.*“ Z pohledu národohospodářského se člení investice na hrubé a čisté. Hrubé investice lze určit jako přírůstek investičních statků za dané období a mohou to být např. budovy, stroje, výrobní a jiná zařízení. Čisté investice neboli také rozšiřovací investice jsou hrubé investice, od kterých je odečteno znehodnocení kapitálu. Důležité je, že ačkoliv investice snižují momentální spotřebu, zároveň zvyšují poptávku, tím i výrobu a zaměstnanost. Představují tak zdroje dlouhodobého ekonomického růstu pro celou společnost. [2][9]

Stejně jako z hlediska makroekonomického i v podniku investice představují odloženou spotřebu do budoucna. V podniku existují 2 druhy investic, které se rozlišují dle předmětu investování. Jsou jimi investice reálné, kterými se rozumí investování do reálných aktiv (hmotné a nehmotné) a investice finanční, jako jsou například akcie jiného podniku nebo půjčka jiné společnosti. Z finančního hlediska Dluhošová [8, s. 128] podnikové investice definuje jako „*jednorázově vynaložené výdaje, u nichž se očekává přeměna na budoucí peněžní příjmy v časovém horizontu delším než jeden rok.*“ [8][9][10]

Investice lze však členit z mnoha dalších hledisek, např. dle účetnictví na finanční, hmotné a nehmotné, dle vztahu k rozvoji podniku na rozvojové, obnovovací či regulatorní, které jsou důležité pro samotnou existenci podniku. Dále lze investice třídit dle vzájemného vlivu projektů a to na substituční investice, kdy máme více variant, které řeší stejný problém a musíme vybrat pouze jednu, nezávislé investice a komplementární investice představující projekty, jejichž uskutečnění vyžaduje vzájemnou interakci. Dalším faktorem může být charakter peněžních toků, rozdělení dle věcné náplně (nové zařízení, nový produkt, nová firma, nové okolí) či délka existence projektu v podniku. [11]

3.1 Předpokládané peněžní toky z investice

Stanovení peněžních toků neboli hotovostního toku investičních projektů je stěžejním úkolem jednotlivců, ale i celých útvarů firmy. Je obtížným procesem, který poskytuje důležité podklady pro metody hodnocení efektivnosti investičních projektů. Fotr [5, s. 93] uvádí, že: „*Peněžní tok (Cash Flow) projektu pro hodnocení jeho ekonomické efektivnosti tvoří veškeré příjmy a výdaje, které projekt generuje, resp. vyvolává během svého života, tj. v průběhu výstavby, v období provozu a při likvidaci, a to za předpokladu plného vlastního financování.*“ Příčinou nedostatku či chyby při stanovení peněžních toků může být buď nesprávná náplň peněžních toků z hlediska jejich složek, nebo chyby, které vznikají při stanovení hodnot jednotlivých složek peněžního toku projektu za celou dobu jeho života. [5]

3.1.1 Kapitálový výdaj

Kapitálový výdaj představuje souhrn veškerých vynaložených prostředků na uskutečnění investice. Bývá snadněji odhadnutelný než příjmy, jelikož je tvořen z velké části pořizovacími výdaji za danou cenu v přítomném čase. Velice často však dochází ve finančním plánu k jeho podcenění. Důvodem bývá opomenutí některých zdánlivě nesouvisejících výdajových položek nebo také výdaje, které jsou neustálým vývojem okolí podniku nepředvídatelné. Často proto podnik vytváří pro zabezpečení zdrojů financování rozpočtové rezervy, které jsou tvořeny určitým procentním podílem plánovaných investičních nákladů. [1][2][11]

Mezi kapitálové výdaje, které byly vynaloženy na pořízení dlouhodobého hmotného majetku, řadíme např. výdaje na koupi pozemku pro stavbu, na přípravu, na realizaci, celkové zabezpečení výstavby, ale i výdaje vynaložené na výzkum a vývoj atd. Mezi kapitálové výdaje se můžou dále řadit i výdaje na trvalý přírůstek čistého pracovního kapitálu. Ten představuje rozdíl mezi přírůstkem oběžného majetku a přírůstkem krátkodobých pasiv. Kapitálové výdaje mohou být sníženy o příjmy, které lze získat prodejem starého dlouhodobého majetku, či o různé daňové efekty, které souvisí s prodejem.

K vyjádření kapitálového výdaje lze použít následující vzorec (1):

$$K = I + O - P \pm D \quad (1)$$

Kde: K = kapitálový výdaj,

I = výdaj na pořízení DM,

O = výdaj na trvalý přírůstek čistého pracovního kapitálu,

P = příjem z prodeje existujícího nahrazovaného dlouhodobého majetku,

D = daňové efekty (kladné či záporné).

3.1.2 Peněžní příjmy

Stanovení očekávaných příjmů je velice obtížné a představuje nejkritičtější bod celého kapitálového plánování. Určení peněžních příjmů je daleko složitější než stanovení kapitálových výdajů a často dochází k jejich nadhodnocování, které je způsobené nepřiměřeným optimistickým prognózováním budoucího vývoje. Důvodem složitosti odhadu je životnost, která by měla být u investičního projektu delší než je doba jeho pořízení, a tudíž zde má větší vliv faktor času. Za roční peněžní příjmy z investičního projektu, které vzniknou během doby jeho životnosti, v teorii současného finančního managementu se považují: zisk po zdanění, který každoročně projekt přináší, roční odpisy, které nám vrací výdaj spojený s pořízením a udržováním investice, změny oběžného majetku související s investičním projektem v průběhu životnosti a také příjem z prodeje dlouhodobého majetku koncem životnosti, který je upravený o daň. [2][11] Celkový roční příjem lze vyjádřit vztahem (2):

$$P = Z + A + O + P_m - D \quad (2)$$

Kde: P = celkový roční peněžní příjem z investičního projektu,

Z = roční přírůstek zisku po zdanění, který investice přináší (úroky z úvěru nejsou zahrnovány do nákladů),

A = přírůstek ročních odpisů v důsledku investice,

O = změna oběžného majetku (přesněji čistého pracovního kapitálu) v důsledku investování během doby životnosti (úbytek +, přírůstek -),

P_m = příjem z prodeje dlouhodobého majetku koncem životnosti,

D = daňový efekt z prodeje dlouhodobého majetku koncem životnosti.

Nakonec je potřeba peněžní příjmy získané v jednotlivých letech transformovat na jejich současnou hodnotu pomocí jejich diskontace.

3.2 Metody hodnocení investic

Při výběru vhodného investičního projektu jsou použita kritéria, která posuzují, zda celková efektivnost dané investice přispívá k maximalizaci tržní hodnoty firmy. K rozhodujícím kritériím, která se používají pro posuzování investic, patří **výnosnost** neboli **rentabilita**. Ta představuje vztah mezi výnosy získanými investicí a náklady, které jsme museli na její pořízení a provoz vynaložit. Dalším parametrem je **rizikovost**, která určuje stupeň nebezpečí nedosažení očekávaných výnosů. Při hodnocení také zvažujeme **dobu splacení** neboli čas, který potřebujeme, aby došlo k přeměně investice zpět do peněžní formy. [8]

Pro hodnocení investic existuje mnoho metod, které se od sebe liší např. technickými nebo propočtovými postupy, jež však vedou ke stejným závěrům. Výběr metody záleží na cíli, kterého chceme pomocí investice dosáhnout. Tím může být snížení nákladů, jinde zase zvýšení výroby nebo zisku. [2][9]

Jedním z hledisek pro třídění metod hodnocení investičních projektů je členění podle zohlednění faktoru času. Metody nerespektující faktor času, které se používají v případě, kdy na rozhodování o investicích nemá čas podstatný vliv, jsou nazývané jako statické metody. Opakem jsou metody dynamické. Druhým pohledem na členění metod hodnocení investičních projektů může být pojetí podle efektů z investičních projektů. V tomto případě členíme metody hodnocení efektivnosti na metody, kdy jako parametr hodnocení vystupuje

očekávaná úspora nákladů neboli nákladová kritéria hodnocení efektivnosti. Dále metody, kdy je kritériem hodnocení očekávaný účetní zisk resp. zisková kritéria hodnocení efektivnosti. Též sem patří metody, které využívají jako kritérium hodnocení očekávaný peněžní tok z projektu nazývaný jako čistý peněžní příjem z projektu. [2]

Při volbě metody hodnocení investic je potřeba zohlednit faktor likvidity, času a faktor rizika. Jak již bylo řečeno, statické metody jsou jednodušší, rychlejší a levnější a jsou vhodné spíše pro krátkodobé investice. Používají se pro prvotní vyřazení ztrátových investic. Pro závěrečné rozhodnutí, zda investici přijmou či nikoliv, je vhodnější použít metody dynamické, které do svých hodnocení zahrnují riziko a zohledňují faktor času. [3]

3.2.1 Statické metody

Statické metody se používají v případech, kdy faktor času nemá podstatný vliv na rozhodování o investicích. Může se jednat o investování pomocí jednorázové koupě fixního majetku (stroje), kdy doba pořízení je 0 let nebo v případě, kdy má investice krátkou životnost. Ani zde však není zcela správné vynechat faktor času, ale tento vliv na ohodnocení a výběr příslušné varianty nebývá většinou nijak podstatný. Důležitou roli zde hraje také i výše diskontní sazby a platí, že čím nižší je, tím je vliv faktoru času méně významný. Statické metody se zabývají zejména sledováním peněžních přínosů z investice, popřípadě jejich poměřováním s počátečními výdaji. Tyto metody jsou pro svou jednoduchost v praxi velice oblíbené a používané. Mezi statické metody se řadí rentabilita investovaného kapitálu, doba návratnosti (doba úhrady), celkový příjem z investic či průměrný výnos z účetní hodnoty. [2][3][8]

Výnosnost (rentabilita, ziskovost) investic

Investice vyvolávají změny jak v objemu výroby, tak také v nákladech, což se projevuje v zisku, který je považován za efekt investice. Výnosnost neboli také rentabilita investice ROI se počítá podle vzorce (3):

$$ROI = \frac{Z_r}{IN} \quad (3)$$

Kde: Z_r = průměrný čistý roční zisk plynoucí z investice,

I = náklady na investici.

Ve vzorci je použit průměrný roční zisk, který umožňuje srovnání i investice s různou dobou životnosti a s odlišnou výší investičních nákladů a objemu výroby. Zisk představuje zisk po zdanění, jelikož je brán za skutečný efekt pro podnik. Je-li výsledek rentability vyšší než požadovaná míra zúročení, investice je pro podnik výhodná. [9]

Doba návratnosti investic

Doba návratnosti investic je velice často využívanou metodou k hodnocení projektu. Představuje dobu, která je potřeba, aby se projekt splatil z příjmů, které jeho implementace zajistí. Neřadí se sem pouze zisk po zdanění, ale také odpisy. Čím je doba návratnosti kratší, tím je projekt hodnocen jako efektivnější a příznivější. (4)

$$I = \sum_{n=1}^a (Z_n + O_n) \quad (4)$$

Kde: I = pořizovací cena (kapitálový výdaj),

Z_n = roční zisk z investic po zdanění v jednotlivých letech životnosti,

O_n = roční odpisy z investice v jednotlivých letech životnosti,

n = jednotlivá léta životnosti,

a = doba návratnosti.

Návratnost investice nastává v roce životnosti, v němž platí požadovaná rovnost. Doba návratnosti se stanovuje určením každoročního zisku po zdanění a odpisy. Uvedené peněžní příjmy z investice se kumulativně sčítají a v roce, ve kterém se kumulativní souhrn zisku po zdanění a odpisů rovná kapitálovému výdaji, znázorňuje hledanou dobu návratnosti. Investice je přijatelná, jestliže doba návratnosti je kratší nebo rovna době životnosti investice. Tato metoda má i své nedostatky, kterými je fakt, že nebere v úvahu faktor času a ani příjmy z investičního projektu, které vznikají po uplynutí doby

návratnosti až do konce životnosti. Je vhodné metodu použít u projektu s velmi nejistými výnosy ve vzdálené budoucnosti nebo např. u projektů, které mají podobnou dobu životnosti a přibližně stejný průběh předpokládaných peněžních toků. Používá se také při počátečním vyřazování jednotlivých investic. [2][12]

3.2.2 Dynamické metody

Dynamické metody by se měly aplikovat u projektů, které počítají s delší dobou pořízení dlouhodobého majetku a delší dobou jeho ekonomické životnosti. Zohledňování faktoru času velmi ovlivňuje přijetí či nepřijetí projektu a napomáhá také k tomu, aby nedocházelo ke zkreslování pohledu na efektivnost jednotlivých projektů. Na rozdíl od statických metod, také zahrnují do svých hodnocení riziko, které je vyjádřeno úrokovou mírou. Mezi dynamické metody můžeme zařadit čistou současnou hodnotu, vnitřní výnosové procento či index ziskovosti. [2][3] V praktické části bude počítána ČSH, jelikož nejlépe zachycuje peněžní příjem, který nám během své životnosti investice přinese.

Čistá současná hodnota

Patří mezi dynamické metody vyhodnocování efektivnosti investičních projektů. Představuje rozdíl mezi diskontovanými peněžními příjmy (současnou hodnotou očekávaných příjmů) a kapitálovým výdajem na investiční projekt. Pro výpočet můžeme použít zjednodušený (5) nebo rozvinutý vzorec (6).

$$ČSH = \sum_{n=1}^N Pn \frac{1}{(1+i)^n} - K \quad (5)$$

Kde: n = doba životnosti investice,

$P_{1,2, \dots, N}$ = peněžní příjem z investice v jednotlivých letech její životnosti,

i = požadovaná výnosnost (úrok v %100),

N = doba životnosti,

K = kapitálový výdaj.

$$\check{C}SH = \frac{P_1}{(1+i)} + \frac{P_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{P_N}{(1+i)^N} - K \quad (6)$$

Kde: $\check{C}SH$ = čistá současná hodnota,

vysvětlení ostatních symbolů viz výše.

Pro lepší orientaci a přehlednost je v praktické části rozepsán k výpočtu čisté současné hodnotě rozvinutý vzorec.

Výsledky čisté současné hodnoty lze interpretovat následovně:

a) pokud je $\check{C}SH > 0$, znamená to, že peněžní příjmy jsou vyšší než kapitálový výdaj a investice je tudíž pro podnik přijatelná. Investice zaručuje podniku požadovanou míru výnosnosti.

b) v případě, že je $\check{C}SH < 0$, peněžní příjmy jsou nižší než kapitálový výdaj a investici musíme odmítnout. Míra výnosnosti, kterou podnik požadoval, není splněna.

c) jestliže $\check{C}SH = 0$, jsou peněžní příjmy rovny kapitálovému výdaji a investice je tak pro podnik neutrální - nezvyšuje ani nesnižuje tržní hodnotu firmy a je docíleno právě požadované výnosnosti investovaných peněz. [2]

Výhodou metody čisté současné hodnoty je přesnost, srozumitelnost a dobrá interpretovatelnost. Zohledňuje faktor času a bere v úvahu veškeré peněžní toky související s investicí. Mezi nevýhody této metody patří ovlivnitelnost velikosti $\check{C}SH$ zvolenou diskontní sazbou a nelze ji použít pro srovnání variant s různou velikostí investované částky. Tuto metodu lze použít pro porovnání projektů se stejnou výší investované částky. Aby mohla být tato metoda použita i pro srovnání nestejně velkých investic, bývá propočten doplněn o index ziskovosti. [11]

4. Zákazníci a jejich nákupní chování

Aby byla případná realizace investice úspěšná, mají na tom hlavní podíl zákazníci a jejich nákupní chování. Při nákupu lidé nepřemýšlí vždy racionálně a sami často ani nevědí, proč zrovna daný produkt koupili. Nenakupují produkty tak, aby jim přinesly co nejvyšší ekonomickou hodnotu, a po nákupu často přemýšlí, zda nakoupili správně. Nákupní chování je ovlivněno mnoha faktory, kterými mohou být například duševní vlastnosti, životní zkušenosti, postoje, názory či působení lidí kolem nás. Veliký vliv na to, co zákazníci nakupují, mají také informace, které se dozví ze svého okolí. Tyto okolnosti způsobují, že na stejnou nabídku a stejný podnět každý člověk reaguje různě. Na základě výzkumů bylo identifikováno sedm typů nákupního chování, které souvisí s životním stylem a psychikou člověka, takže se mění jen pozvolna. [13][14][15]

4.1 Typy nakupujících

První skupinou jsou lidé „**Ovlivnitelní**“, kteří se při nakupování rozhodují emotivně a dají se ovlivnit reklamou či atraktivním vzhledem výrobku. Často nakupují impulzivně a mají v oblibě zkusit nové značky a výrobky. Dále jsou zde „**Nároční zákazníci**“, kteří mají vysoké požadavky na kvalitu, modernost a vybavenost nákupního místa. Prioritou „**Mobilních pragmatiků**“ je optimalizace poměru ceny a hodnoty zboží. Kategorii lidí, kteří nakupují s racionálním a konzervativním rozhodováním, nazýváme jako „**Opatrní konzervativci**“. Tito spotřebitelé o nákupu přemýšlí, nedůvěřují reklamě a nenechávají se ovlivnit vzhledem ani značkou. Spoléhají hlavně na své zkušenosti a jsou věrní značkám a produktům, které již znají. Také zde máme skupinu lidí, kteří nakupují racionálně a jen to, co skutečně potřebují. Využívají slev a výprodejů, aby co nejvíce ušetřili. Označujeme je jako spotřebitele „**Šetřivé**“. Předposlední typ zákazníka jsou „**Loajální hospodyňky**“, které nakupují v menším množství a menších prodejnách, na které jsou už zvyklé. Nakonec zde lze můžeme nalézt i „**Nenáročné flegmatiky**“, kteří na prodejnu nemají žádné nároky a nestarají se ani o cenu. [13]

4.2 Nákupní chování

Podle toho jak spotřebitel nakupuje, rozlišujeme 4 druhy nákupů. Prvním z nich je nákup **extenzivní**, kdy spotřebitel není předem o nákupu rozhodnut. Zjišťuje si informace a sleduje různé zdroje informací včetně reklamy, které mu pomáhají při rozhodování. Toto chování se projevuje většinou při nákupu dražších předmětů. Dále lze rozlišit nákup **impulzivní**, kdy spotřebitel nakupuje a dopředu nepřemýšlí, co nakoupí. Jedná se většinou o drobné nákupy produktů, které se z pohledu spotřebitele příliš neliší. Nákup, kdy spotřebitel nezná produkt nebo značku, ale vychází z obecných zkušeností při nákupu, nazýváme jako **limitovaný**. U spotřebitele může rozhodnout heslo čím dražší, tím lepší nebo například šetrnost k životnímu prostředí. Nakonec rozlišujeme nakupování **zvyklostní**. V tomto případě spotřebitel nakupuje to, co obvykle. Jedná se většinou o produkty, jako jsou potraviny nebo tabákové výrobky. Jde o návykové chování a tudíž ani zde si spotřebitel dopředu nerozmýšlí, co bude nakupovat. [13]

Proces rozhodování o nákupu lze rozdělit do pěti fází. Prvním krokem je **uvědomění si**, že máme nějaký problém nebo potřebu, ať už vnitřní (hlad, žízeň) nebo vnější (nové auto). Následuje **vyhledávání informací**, které můžeme získat na internetu, z informačních reklam, z katalogu, z inzerátů v novinách a časopisech, z letáků, na blogu či diskuzním fóru, při navštěvování výstav, dotazováním se v obchodě a také hlavně od lidí v okolí. Další fází je **zhodnocení alternativ**. Hodnocení jednotlivých možností se u každého zákazníka liší a záleží zde také na konkrétní situaci. V některých případech lidé dělají kalkulace a různé propočty. Jindy nakupují bez rozmyšlení a impulzivně, na základě jejich intuice. Poté dochází k **nákupnímu rozhodnutí**, kdy si zákazník dané zboží koupí. Podstatný vliv zde mají zkušenosti, které již zákazník s danou značkou či produktem získal. Poslední etapou je **zhodnocení**, zda bylo naše očekávání splněno či nikoliv. [14]

Důležitou roli při nakupování rovněž hraje místo prodeje, které by mělo vytvářet pozitivní atmosféru a podněcovat zákazníky ke koupi zboží. Velký význam hraje design prostředí, výběr barev, osvětlení a přehledné řešení prodejny. Nesmíme opomenout ani hudbu, která významně působí na vnímání prostředí. Její výběr je ovlivněn vkusem většiny zákazníků a může způsobit, že zákazník zůstane v prodejně déle, než sám zamýšlel. Je potřeba zajistit takové prostředí, v němž si lidé nakupování budou užívat. [13]

4.3 Nakupování turistů

S rostoucím turistickým ruchem se stává nakupování jednou z nejoblíbenějších aktivit, která přispívá do cestovního ruchu a odvětví maloobchodu. Nakupování čím dál častěji bývá jedním z nejvyšších výdajů na dovolené. Nejen domácí turisté, ale také mezinárodní návštěvníci utratí mnoho peněz za nákup suvenýrů a zboží, které nemusí být v jejich zemi vůbec dostupné. Nakupování turistů se liší od toho běžného a každodenního. Z toho důvodu je důležité poznat, jak se takoví zákazníci chovají a jaká mají očekávání. Jejich nakupování může být plánované, impulzivní či zážitkové.

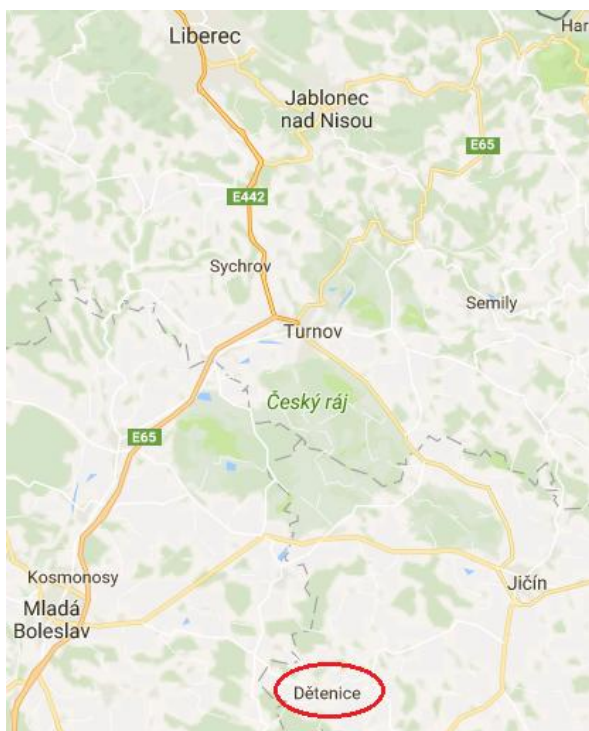
Lidé na dovolené však nenakupují pouze suvenýry a jídlo, ale také oblečení, knihy, umění nebo elektroniku. Během cestování jsou zákazníci přitahováni nejenom jedinečným nákupním prostředím, ale také chtějí zažít nějaké vzrušení či potěšení a setkat se s místními lidmi. Nákup má často funkci atrakce. Spotřebitelé mohou vnímat nakupování nepotřebných věcí jako zábavu. Lidé si tak mohou přivést ze svých cest různé upomínky, které jim připomínají chvíle, které se liší od denní rutiny. Turisté nakupují předměty, které pro ně mají nějaký speciální význam, jsou pro ně památkou a vzpomínkou, kterou si chtějí zapamatovat. [16]

5. Charakteristika podniku a investice

Kapitola charakterizuje činnost Zámeckého resortu Dětenice. Druhá podkapitola se věnuje specifikaci navrhovaného investičního projektu a současně také stanovením potřebných údajů, které budou použity při hodnocení investice.

5.1 Charakteristika vybraného podniku

Zámecký resort Dětenice se nachází ve stejnojmenné obci Dětenice, která leží přibližně 20 km od města Jičín, 25 km od Mladé Boleslavi nebo 60 km od Liberce. Na obrázku 1 je zobrazena konkrétní poloha obce Dětenic.



Obrázek 1: Znázornění polohy Zámeckého resortu Dětenice na mapě

Zdroj: Google maps

Největším lákadlem pro turisty je jednoznačně Barokní zámek Dětenice. Jeho počátek spadá do 13. století, kdy byla dřevěná tvrz přestavěna Benešem z Valdštejna a Dětenic na gotickou kamennou tvrz. V dalších letech se na zámku vystřídal několik majitelů, kteří přispěli k současné podobě zámku. Od roku 1998 je majitelem zámku pan Pavel Ondráček, který provedl během dvou let rozsáhlou a šetrnou rekonstrukci, jež umožnila

znovu otevřít zámek pro veřejnost. K zámku také patří překrásný zámecký park, kde se v létě konají Pohádkové neděle a za letních slunných dnů je otevřena Zámecká cukrárna. Zámek je celoročně přístupný pro veřejnost, pořádají se zde klasické prohlídky, soboty jsou v duchu strašidelných prohlídek, kdy návštěvníky provází zdejší ježibaba Žizelda. V neděli je možné absolvovat prohlídku pohádkovou. V zámku se také konají romantické svatby či zde lze uspořádat firemní večírek, konferenci, školení či koncert. [17]

Velice známá je také Středověká krčma, kterou turisté vyhledávají nejen kvůli dobrému jídlu, ale také zábavnému programu. Každý den od 19 – 22 hod je připraven unikátní středověký program, který zahrnuje ohňovou show, představení fakíra či tanečnic na stolech. Po celý večer hraje dobová živá hudba. V krčmě se podává pivo vyrobené v Zámeckém pivovaru, který lze v rámci prohlídky navštívit. Koncept Středověké krčmy byl v roce 2009 rozšířen o Středověký hotel s unikátním středověkým interiérem. V tomtéž roce bylo také vybudováno středověké kolbiště, kde probíhají rytířské turnaje. V rámci budovy Středového hotelu se nachází i Dětenické peklo a suvenýry, kde bude navržena změna, která by měla zvednout počet potencionálních zákazníků v suvenýrech, čímž by mělo dojít ke zvednutí tržeb.

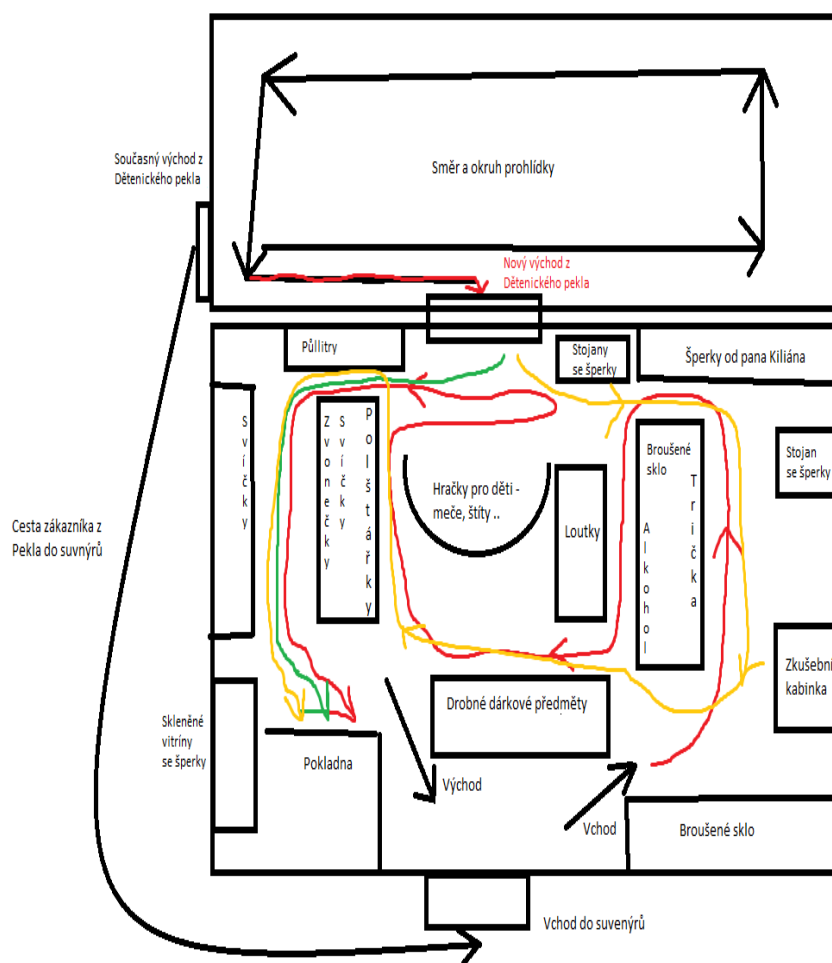
5.1.1 Suvenýry

Potencionální investiční projekt se týká Dětenického pekla a suvenýrů. Při realizaci by se dalo využít skutečnosti, že oba tyto objekty se nachází ve stejné budově a lze je tak lehce propojit, viz příloha A – Budova s Dětenickým peklem a suvenýry. V obchodu se suvenýry již dříve takový vchod byl, ale sloužil k jiným účelům. Nyní by se tudíž jednoduše odstranilo plexisklo, které brání k přímému vstupu z Dětenického pekla do suvenýrů. Toto jednoduché opatření by vedlo k tomu, že by každý návštěvník po prohlídce Dětenického pekla musel suvenýry projít. Tímto krokem se zvýší pravděpodobnost, že si zákazník vybere a následně zakoupí některý z nabízených suvenýrů a dojde tak ke zvýšení tržeb. Jedná se o investici rozvojovou. Doba životnosti investice je odhadována na 5 let, poté by mělo dojít v suvenýrech k rekonstrukci z důvodu efektivnějšího využití prostoru prodejny a pohodlnějšího nákupu.

Suvenýry jsou otevřeny během letních prázdnin každý den od 10:00 do 19:00 hodin a v ostatních měsících potom každý víkend. Prodávají se zde hlavně upomínkové předměty, jako jsou pŕllitry, trička a zvonečky, turistické předměty do sbírek. Velice originální jsou také loutky, broušené sklo, svíčky, aromatické polštáře nebo výrobky pana Kiliána. Děti zde najdou plyšáky, meče, štíty nebo luky. Sortiment je velice rozmanitý a v prodejně hraje po celou dobu nákupu hudba, která navíc navozuje středověkou atmosféru.

Obrázek 2 znázorňuje umístění suvenýrů a Dětenického pekla. Je zde zobrazena cesta návštěvníka, který při odchodu z Dětenického pekla musí obejít celé suvenýry. Dále je zde již umístěn nový východ z pekla, který by tak cestu zákazníka do suvenýrů zkrátil a zamezil by tedy tomu, aby zákazník suvenýry nenavštívil vůbec. Ze schématu lze také vyčíst, v jakém místě se jednotlivé zboží nachází a kolem kterého tak každý zákazník musí projít, i kdyby šel tou nejkratší cestou, která je vedena zelenou barvou. Červená barva představuje trasu zákazníka, který do suvenýru vstoupí předním vchodem. Regály jsou umístěné tak, aby si musel většinu zboží prohlédnout. Je zde dán směr nákupu a pokladna se nachází na konci této trasy. Zákazník, který přichází z pekla a chce si též suvenýry projít je znázorněn barvou žlutou. Aby si mohl suvenýry prohlédnout, musí jít "v protisměru", ale i tak má možnost celý obchod si projít.

Velkou výhodou je, že při vstupu do suvenýrů z pekla, jsou umístěny hlavně předměty pro děti, které mají upoutat jejich pozornost. I při projití nejkratší možné cesty zákazník projde kolem zboží, které se kupuje nejčastěji, což jsou dárkové předměty a suvenýry s logem Zámeckého resortu Dětenice.

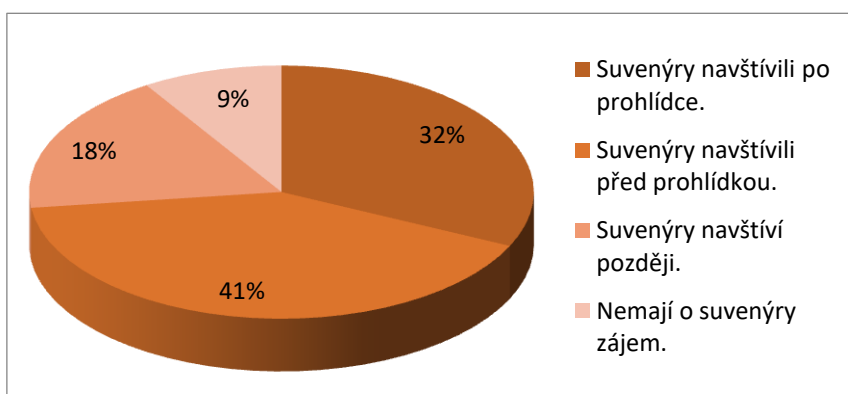


Obrázek 2: Schéma prostor Dětenického pekla a suvenýrů

Zdroj: Vlastní zpracování

V červenci 2016 byla provedena anketa, během níž bylo požádáno 100 lidí různého věku o vyplnění krátkého dotazníku, který čítal kolem deseti jednoduchých otázek převážně uzavřeného typu. Návštěvníci vyplňovali nabízený dotazník velice ochotně a jen málo z nich nabídku odmítlo. Otázky obsažené v dotazníku se týkaly nákupu v suvenýrech a spokojenosti zákazníků s nabízeným sortimentem. Dotazovaní také vyjadřovali svůj názor na případné zavedení nového východu z Dětenického pekla do suvenýrů.

Ihned na začátku lidé odpovídali na otázku, zda po prohlídce Dětenického pekla navštívili suvenýry. Výsledky zachycuje obrázek 3. Z průzkumu vyplynulo, že po prohlídce do suvenýrů šlo 32 % návštěvníků a 41 % lidí navštívilo suvenýry již před prohlídkou. 18 % lidí uvedlo, že si chtějí do suvenýrů zajít až později a 9 % nemá o suvenýry vůbec zájem. Právě tito lidé, kteří o suvenýry zájem nemají, by museli obchodem projít a existuje zde pravděpodobnost, že by přeci jen něco koupili. Dá se také předpokládat, že ne všem dotázaným, kteří odpověděli, že se do suvenýrů vrátí později, opravdu zbude čas do suvenýrů se vrátit. Velice častou situací také bývá, že si lidé v obchodě vyhlídnou suvenýr, ale koupí si musí teprve rozmyslet. I zde by vzrostl předpoklad koupě daného suvenýru.

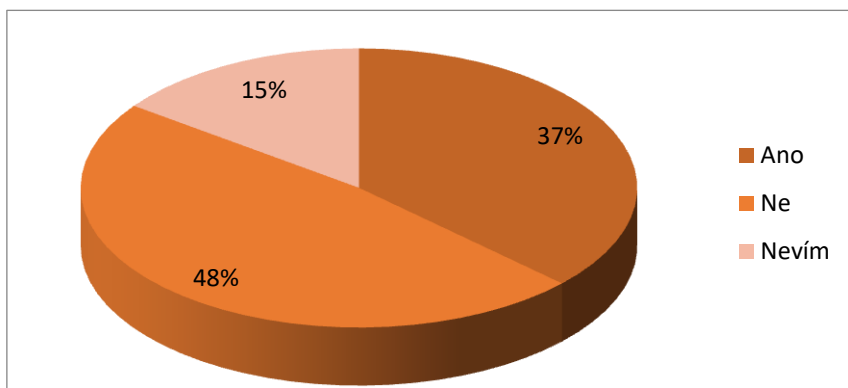


Obrázek 3: Okamžik návštěvy suvenýrů

Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka byla směřována na spokojenost zákazníků s nabízeným sortimentem. Vyšlo najevo, že z nabízeného zboží lidé mají největší zájem o turistické a sběratelské předměty, jako jsou známky, turistické vizitky, pohledy či magnety. Na druhém místě jsou upomínkové předměty s logem Zámeckého resortu Dětenice, kam patří trička, púllitry, hrnky nebo místní slivovice. Velice často si také lidé v suvenýrech kupovali vstupenky na jednotlivé turistické atrakce. Již méně atraktivní byly pro návštěvníky nabízené hračky pro děti nebo výrobky od pana Kiliána. Dotázaní hodnotili nejčastěji nabízené zboží známkou 1 nebo 2, což značí, že jsou s nabídkou celkově spokojeni. Jak již bylo výše uvedeno, spotřebitelé měli nejčastěji zájem spíše o drobné a levnější věci, a tak cena za nákup se nejčastěji pohybovala v rozmezí 101 Kč až 300 Kč. Na druhém místě byla ještě částka nižší a to v rozmezí 1 Kč až 100 Kč. Pouze 2 dotázaní uvedli, že nakoupili v hodnotě vyšší než 1000 Kč.

V druhé části dotazníku lidé odpovídali na otázku, zda by přivítali východ z Dětenického pekla do suvenýrů či nikoliv a z jakého důvodu.



Obrázek 4: Přijetí nového vstupu zákazníky

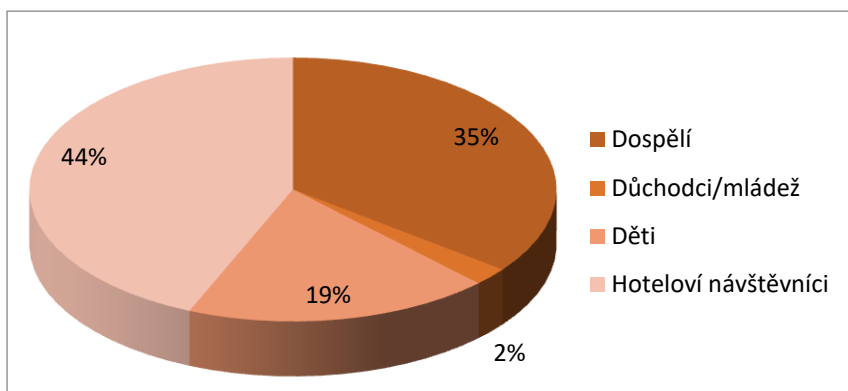
Zdroj: Vlastní zpracování

Jak lze vyčíst z obrázku 4, téměř polovina dotázaných s uvedením východu z pekla do suvenýrů nesouhlasí. Jako hlavní důvod lidé uváděli, že by byla narušena navozená atmosféra z prohlídky a často odpovídali, že lidé, kteří mají o suvenýry zájem, si do obchodu zajdou, aniž by musel být východ z Pekla do suvenýrů otevřen. Našli se však i tací jedinci, kteří nesouhlasí se zavedením východu, ale uznávají, že je to velice efektivní marketingový tah. Dotazovaní, kteří považovali zavedení východu z Pekla jako výhodu, nejčastěji označovali za důvod nemožnost přehlédnutí a opomenutí návštěvy obchodu se suvenýry. Ve velkém počtu si dotazovaní také uvědomovali, že lidé mají o suvenýry velký zájem a tudíž by tento nový vchod do suvenýrů neměl být nikomu nepříjemný.

5.1.2 Dětenické peklo

Dětenické peklo představuje prohlídkový okruh, který se dělí na několik částí. V jedné z nich si lze prohlédnout sbírku čertů i samotného Ďábla a Belzebuba. Druhá část je poté věnována útrpnému právu, kde jsou vystaveny mučící nástroje z různých zemí a období. Celá prohlídka trvá přibližně 20 minut a je komentovaná průvodkyní převlečenou za čertici. Prohlídky v roce 2016 probíhaly pro hotelové hosty každý den po celý rok a pro veřejnost bylo peklo otevřeno v červenci a srpnu denně, v červnu, v září,

v říjnu a listopadu o každém víkendu. O prohlídku Dětenického pekla byl mezi lidmi poměrně veliký zájem a počet návštěvníků za rok 2016 je odhadován na 20 650 osob.



Obrázek 5: Počet návštěvníků Dětenického pekla v roce 2016

Zdroj: Vlastní zpracování

Dle poskytnutých informací, navštívilo v roce 2016 Dětenické peklo 16 307 dospělých osob, z toho 9 000 byli hoteloví hosté, kteří s určitou pravděpodobností Suvenýry navštíví automaticky. Zbývajících 7 307 dospělých osob jsou turisté, kteří do Dětenic zamíří za účelem jednodenního výletu. Dále se odhaduje, že Dětenické peklo navštívilo 3 900 dětí do 12 let, u nichž nelze předpokládat, že si v Suvenýrech sami něco koupí, ale stále mohou apelovat na nákup u svých rodičů. Poslední rozlišenou skupinou jsou důchodci a mládež od 12 do 18 let. Jejich počet je odhadován na 453 osob.

Dle systému jsou čísla návštěvníků za rok 2015 nižší. Celkový počet se pohybuje okolo 11 681 osob. Z celkového počtu osob 6 000 lidí patří mezi hotelové hosty a platících dospělých osob bylo 3 700. Počet důchodců a mladistvých je odhadován na 381 návštěvníků. Posledních skupinou jsou děti, kterých bylo přibližně 1 600. Z uvedených informací tedy vyplývá, že počet zákazníků se v roce 2016 zvýšil o 39,6 %.

6. Odhad kapitálových výdajů a budoucích peněžních příjmů

Obsahem této kapitoly jsou výpočty a přehledy o kapitálových výdajích a budoucích peněžních příjmech, které jsou stanoveny na základě odhadu autora práce.

6.1 Kapitálový výdaj

Jak již bylo výše v kapitole 5.1.1 uvedeno, plánované propojení by nemělo být kapitálově ani proveditelně náročné. Podnik by ho tudíž mohl investici financovat z vlastních zdrojů. Prvním krokem je odstranění plexiskla, které odděluje jednotlivé prostory. Aby nedocházelo k tomu, že se návštěvníci suvenýrů bez vstupenky připojí k prohlídce Dětenického pekla, byly by do prostoru umístěny dřevěné obloukové dveře pouze s jednou klikou na straně východu z pekla. Po prohlídce by byly dveře otevřeny, aby mohli návštěvníci z pekla odejít. K realizaci investice je nutné provést určité technické úpravy, které zahrnují přípravu prostoru pro umístění obložné zárubně, do které se následně usadí dveře. Celkovou odhadovanou částku nákladů znázorňuje tabulka 1.

Tabulka 1: Kapitálové výdaje

Kapitálový výdaj	Hodnota v Kč
Výdaj na odstranění plexiskla	500
Výdaje na technické úpravy (práce + materiál)	10 000
Výdaj na pořízení dveří	20 000
Výdaj na kliku	1 300
Výdaj na obložnou zárubeň	5 000
Výdaj na kované panty	1 800
Kapitálový výdaj celkem	38 600

Zdroj: Vlastní zpracování

6.2 Odhad budoucích příjmů

Předpokládané příjmy, které způsobí zavedení nového vstupu, respektive východu z Pekla, budou tvořeny zvýšenými tržbami v suvenýrech. Dané navýšení bylo vypočteno z poskytnutých odpovědí provedené ankety. Jak již bylo zmíněno v kapitole 5.1.2., počet platících osob, které navštíví peklo a následně by prošlo i suvenýry se pohybuje okolo 7 900 osob, jestliže do výpočtu nezahrnujeme hotelové hosty a děti do věku 12 let. Je potřeba si uvědomit, že se jedná převážně o páry, tudíž nákup a hlavně platbu provádí pouze jeden z nich. Dále víme, že přibližně 9 % návštěvníků suvenýry nenavštíví vůbec a 18 % osob má zájem o nákup v suvenýrech až později. Pokud dále zohledníme, že někteří návštěvníci by prošli obchodem se suvenýry 2x, zvyšuje se pravděpodobnost, že si z nabídky vyberou. Pokud vezmeme v úvahu, že by se počet nákupů zvýšil alespoň o 10 %, lidé by tak provedli přibližně o 395 nákupů více. Podle ankety bylo zjištěno, že průměrný nákup se pohybuje v částce 240 Kč na osobu. Celkově se tedy jedná o zvýšení tržeb v hodnotě 94 800 Kč/rok před zdaněním. Po zdanění 19 % sazbou příjem vychází na 76 788 Kč/rok. Jestliže si spočítáme počet dnů v roce, kdy je Dětenické Peklo v provozu, vychází denní zvýšení tržeb na částku přibližně 770 Kč po zdanění.

Jelikož bylo zjištěno, že počet návštěvníků od roku 2015 lehce stoupl, budeme předpokládat, že i nadále bude počet osob, které navštíví Dětenické peklo, lehce růst. Z tohoto důvodu bude příjem každý rok navýšen o 0,5 %. Přehled předpokládaných příjmů znázorňuje tabulka 2.

Tabulka 2: Předpokládané příjmy z investice

Předpokládané příjmy z investice po dobu životnosti		
Rok	Příjem	Příjem po zdanění
1.	94 800 Kč	76 788 Kč
2.	95 274 Kč	77 172 Kč
3.	95 750 Kč	77 558 Kč
4.	96 229 Kč	77 945 Kč
5.	96 710 Kč	78 335 Kč
Celkem	478 763 Kč	387 798 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

7. Metody pro zhodnocení efektivnosti investice a jejich posouzení

V této kapitole bude jednotlivými vhodnými metodami hodnocení investic vybraná investice posuzována. Použitými metodami, které určí vhodnost či nevhodnost přijetí konkrétní investice, jsou výnosnost investice, doba návratnosti a čistá současná hodnota. Metody byly vybrány na základě zohlednění charakteru vybrané investice. V závěru kapitoly je uvedeno shrnutí a zhodnocení získaných výsledků.

7.1 Výpočet metod hodnocení

Mezi metody, které byly vybrány jako vhodné pro posouzení navrhované investice, patří výnosnost investice a doba návratnosti investice. Tyto dvě metody patří mezi statické metody, které se vyznačují nerespektováním faktoru času, ale vzhledem ke krátké předpokládané době životnosti investice lze tyto metody využít. Jako zástupce metod dynamických bude vypočtena čistá současná hodnota zachycující peněžní příjem, který investice během své doby životnosti do podniku přinese.

7.1.1 Výnosnost (rentabilita, ziskovost) investice

Jako první ukazatel pro zhodnocení efektivnosti investice bude počítána rentabilita neboli výnosnost investice. V praxi je tato metoda velice často používána, jelikož je stejně konstruována jako všeobecně užívané ukazatele výnosnosti kapitálu. Pro výpočet potřebujeme znát průměrný čistý zisk plynoucí z investice a také náklady na investici.

Výnosy představují navýšené tržby v obchodě díky předpokládanému vyššímu počtu uskutečněných nákupů a provozní náklady vyjadřují náklady vynaložené na pořízení zboží. Náklady na pořízení tvoří 30 % hodnoty zboží a zbývajících 70 % je přidaná hodnota. Tabulka 3 znázorňuje výpočet čistého zisku, který investice podniku přinese.

Tabulka 3: Výpočet čistého zisku

Výpočet čistého zisku				
Rok	Výnosy	Provozní náklady	Zisk před zdaněním	Zisk po zdanění
1.	94 800 Kč	28 440 Kč	66 360 Kč	53 752 Kč
2.	95 274 Kč	28 582 Kč	66 692 Kč	54 021 Kč
3.	95 750 Kč	28 725 Kč	67 025 Kč	54 290 Kč
4.	96 229 Kč	28 869 Kč	67 360 Kč	54 562 Kč
5.	96 710 Kč	29 013 Kč	67 697 Kč	54 835 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Průměrný roční zisk po zdanění vychází na částku 54 292 Kč. Po dosazení jednotlivých údajů do vzorce (3), vyjde následující výsledek:

$$ROI = 54\,292 / 38\,600$$

$$ROI = 1,4065$$

Tento ukazatel říká, že výnosnost investice je 140,65 %. Pro podnik je tedy tato investice přijatelná, jelikož je několikrát vyšší, než je požadovaná výnosnost podniku, stanovená na 20 %. Pokud bychom tuto investice porovnávali ještě s nějakou další, vybrali bychom samozřejmě tu s vyšší výnosností.

7.1.2 Doba návratnosti investice

Další metodou je doba návratnosti investice, tedy doba, která je potřeba k tomu, aby se vložené peníze vrátily zpět do podniku. Tato metoda je velice oblíbená především díky své jednoduchosti. Požadovaná doba návratnosti byla stanovena autorem práce do 3 let. K výpočtu daného ukazatele potřebujeme znát pořizovací cenu, tedy kapitálový výdaj, který je stanoven na částku 38 600 Kč a roční cash flow z investice po zdanění v jednotlivých letech životnosti.

Tabulka 4: Kumulované cash flow po zdanění

Přehled kumulovaného cash flow		
Rok	Cash Flow v jednotlivých letech	Kumulované Cash Flow po zdanění
1.	53 752 Kč	53 752 Kč
2.	54 021 Kč	107 773 Kč
3.	54 290 Kč	162 063 Kč
4.	54 562 Kč	216 625 Kč
5.	54 835 Kč	271 460 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak lze vyčíst z tabulky 4, náklady na investici se vrátí ihned v prvním roce od pořízení nového východu. První rok investice přinese cash flow po zdanění v hodnotě 53 752 Kč a kapitálový výdaj je tak pokryt již během prvního roku.

Pokud dosadíme čísla do vzorce (4) vyjde nám následující:

$$A = 38\,600 / 53\,752$$

$$A = 0,7181$$

Ve vzorci je počítáno s kapitálovými výdaji a s přírůstky příjmů, které jsou snižené o přírůstky provozních výdajů. Tyto přírůstky byly vypočteny s ohledem na otevírací dobu Dětenického pekla a je tak zohledněna sezónnost. Pokud výsledek vynásobíme počtem dnů v roce (365 dní), vyjde nám, že doba návratnosti je 262 dní. Náklady na investici se tedy podniku velice rychle vrátí a investice je pro podnik z hlediska doby návratnosti výhodná, jelikož je nižší než doba životnosti investice, která byla stanovena na 5 let.

7.1.3 Čistá současná hodnota

Pro výpočet čisté současné hodnoty potřebujeme znát požadovanou výnosnost, která byla stanovena na 20 % a dobu životnosti, která byla určena jako 5 let. Dále kapitálový výdaj, který byl odhadnut na 38 600 Kč a peněžní příjem z investice v jednotlivých letech její životnosti po odečtení provozních nákladů a daně z příjmu.

$$\begin{aligned}\check{C}SH &= \frac{53752}{(1 + 0,20)} + \frac{54021}{(1 + 0,20)^2} + \frac{54290}{(1 + 0,20)^3} + \frac{54562}{(1 + 0,20)^4} + \frac{54835}{(1 + 0,20)^5} - 38600 \\ &= 123\,476 \text{ Kč}\end{aligned}$$

Jelikož je výsledek čisté současné hodnoty vyšší než 0, je investice pro podnik akceptovatelná.

7.2 Zhodnocení vypočtených ukazatelů

V kapitole jsou shrnuty a posouzeny výsledky, které byly získány na základě předchozího hodnocení investice, kterou je zavedení nového vstupu do suvenýrů z Dětenického pekla. Přehled výsledků jednotlivých metod hodnocení investice udává tabulka 5.

Tabulka 5: Přehled vybraných použitých metod hodnocení efektivnosti investice

Metoda hodnocení	Výsledek
Výnosnost investice	140,65 %
Doba návratnosti investice	262 dní
Čistá současná hodnota	123 476 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

První metodou použitou pro hodnocení investic byla **výnosnost**, neboli také **rentabilita investice**. Ta je porovnávána se stanovenou mírou výnosnosti, která byla určena na 20 %. Výnosnost investice dosáhla výsledku 140,65 %. Je tedy patrné, že převyšuje požadovanou výnosnost a to dokonce sedminásobně. Z tohoto hlediska je investice vhodná pro realizaci.

Druhým hodnotícím faktorem, který byl použit, je **doba návratnosti investice**. Požadovaná návratnost byla stanovena na 3 roky a byla tedy stanovena jako další

podmínka, která musí být splněna pro přijetí dané investice. Při hodnocení bylo zjištěno, že příjmy plynoucí z investice se vyrovnají nákladům na investici po 262 dnech. Vzhledem k těmto výsledkům lze doporučit přijetí investice.

Poslední použitou hodnotící metodou byla **čistá současná hodnota**. Na rozdíl od předešlých metod zohledňuje faktor času, a proto je tedy tato metoda při hodnocení investice považována jako stěžejní. Při výpočtu metody čisté současné hodnoty byly použity příjmy po zdanění, které byly snižené o provozní náklady. Investice dosáhla čisté současné hodnoty ve výši 123 476 Kč, což znamená, že výsledek je kladný a jak bylo uvedeno v kapitole 3.2.2, pokud je výsledek čisté současné hodnoty vyšší než 0 Kč, je investice vhodná pro přijetí a realizaci.

Po porovnání výsledků jednotlivých hodnotících ukazatelů s požadovanými hodnotami bylo dosaženo rozhodnutí, že lze podniku přijetí investice doporučit.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo provést zhodnocení navrhované investice v podniku služeb a pomocí použití vybraných statických i dynamických metod pro hodnocení efektivnosti investic zhodnotit přínos doporučené investice pro podnik. Hodnoceným investičním projektem v Zámeckém resortu Dětenice bylo zavedení nového východu z Dětenického pekla, respektive výstavba nového vchodu do obchodu se suvenýry, po jehož uvedení by museli všichni návštěvníci suvenýry projít.

Za účelem naplnění daného cíle byla provedena rešerše literatury a dalších odborných zdrojů, které se zabývají hodnocením efektivnosti investic. K tomuto účelu sloužilo zpracování teoretické části bakalářské práce.

První část práce obsahovala teoretická východiska, která čtenáři poskytla vhled do problematiky investičního rozhodování, možností financování investic a použití metod pro zhodnocení efektivnosti investic. V závěru první části byla také zmíněna záležitost nákupního chování a zvyků lidí při nákupu, jelikož tato problematika také s navrhovanou investicí úzce souvisela.

V druhé části práce byla blíže představena celková činnost Zámeckého resortu Dětenice a nastíněna navrhovaná investice. V téže kapitole byly také uvedeny výsledky ankety, které napomohly k vypracování odhadu předpokládaných peněžních příjmů, a zároveň v nich lidé také vyjadřovali svůj názor na navrhovanou investici. Dále následovaly jednotlivé výpočty na základě odhadu, které sloužily pro stanovení výsledků jednotlivých vybraných metod hodnocení efektivnosti investice. Vybranými metodami pro tuto práci byla rentabilita, doba návratnosti investice a čistá současná hodnota. V závěru bakalářské práce bylo provedeno zhodnocení získaných výsledků a celkového zhodnocení investice.

Na základě vypočtených výsledků byla výstavba nového vchodu do obchodu se suvenýry doporučena k realizaci. Veškeré stanovené podmínky pro akceptování investice byly s přehledem splněny. Doba návratnosti investice byla vypočtena na 262 dní se ziskovostí 140,65 %. Čistá současná hodnota investice byla spočtena na 123 476 Kč.

Bohužel Zámecký resort Dětenice již nemůže tuto investici ve svém podniku zavést, jelikož výstava Dětenického pekla byla po letech ukončena z důvodu vypršení smlouvy s majitelem výstavy. Tato informace byla získána teprve na jaře roku 2017 a ani samotné vedení podniku nevědělo, že bude výstava v tak brzké době ukončena. Prostory byly vyklizeny a v současné době jsou již připravovány na přestavbu na nové pokoje pro hotelové hosty.

Seznam citací

- [1] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0939-2.
- [2] VALACH, Josef. *Investiční rozhodování a dlouhodobé financování*. 2., přeprac. vyd. Praha: Ekopress, 2006. ISBN 80-86929-01-9.
- [3] SCHOLLEOVÁ, Hana. *Investiční controlling: jak hodnotit investiční záměry a řídit podnikové investice: investiční proces jako základ budoucí prosperity, nástroje a metody investičního controllingu, volba financování a technologie, monitoring průběhu investice a postaudit*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2952-7.
- [4] SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management*. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1501-5.
- [5] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3293-0.
- [6] KALOUDA, František. *Finanční analýza a řízení podniku*. 2. rozšířené vydání. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2016. ISBN 978-80-7380-591-3.
- [7] SLAVÍK, Jakub. *Finanční průvodce nefinančního manažera: jak se rychle zorientovat v podnikových a projektových financích*. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4593-0.
- [8] DLUHOŠOVÁ, Dana. *Finanční řízení a rozhodování podniku: analýza, investování, oceňování, riziko, flexibilita*. 3., rozš. vyd. Praha: Ekopress, 2010. ISBN 978-80-86929-68-2.
- [9] SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3494-1.

- [10] MCLANEY, Eddie. J. *Business finance: theory and practice*. 9th ed. Harlow: Pearson/Prentice Hall, c2011. ISBN 978-0-273-75045-1.
- [11] VOCHOZKA, Marek a Petr MULAČ. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4372-1.
- [12] ARNOLD, Glen. *Corporate financial management*. 4th ed. Harlow: Financial Times/Prentice Hall, 2008. ISBN 978-0-273-71041-7.
- [13] VYSEKALOVÁ, Jitka. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.
- [14] PERREAULT, William D., Joseph P. CANNON a E. Jerome MCCARTHY. *Basic marketing: a marketing strategy planning approach*. 19 edition. New York: McGraw-Hill Irwin, 2014. ISBN 978-125-906076-2.
- [15] KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Principles of marketing*. 16e. Harlow: Pearson Education Limited, 2016. ISBN 978-1-292-09248-5.
- [16] MENG, Fang and XU, Yingjiao (2012). Tourism Shopping Behavior: Planned, Impulsive, Or Experiential?. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 6, no. 3, pp. 250-265 ProQuest Central. ISSN 17506182. DOI <http://dx.doi.org/10.1108/17506181211246401>.
- [17] Barokní zámek Dětenice. *Historie barokního zámku Dětenice* [online] [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <http://www.zamekdetenice.cz/historie>

Seznam příloh

Příloha A – Budova s Dětenickým peklem a suvenýry.....	47
--	----

Příloha A – Budova s Dětenickým peklem a suvenýry

