

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Diplomová práce

**Návrh rozšíření nabídky hotelových služeb
EA hotelu Churáňov**

Bc. Martina Hrnečková

© 2017 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Martina Hrnečková

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Návrh rozšíření nabídky hotelových služeb EA hotelu Churáňov

Název anglicky

Extension of Services in EA Churáňov Hotel

Cíle práce

Cílem práce je navrhnout a zhodnotit možnosti rozšíření nabídky poskytovaných služeb v EA hotelu Churáňov.

Metodika

V práci budou využity metody analýzy a syntézy. Bude vypracován návrh služeb vhodných k rozšíření stávající nabídky, tak aby si hotel upevnil svoji pozici na trhu a do budoucna zvýšil svoji konkurenceschopnost. Následně budou jednotlivé návrhy služeb posouzeny z hlediska realizovatelnosti a ekonomické rentability (za využití metod hodnocení investic). Výstupem diplomové práce budou sloužit k potenciálnímu reálnému využití EA hotelu Churáňov.

Doporučený rozsah práce

60-80 stran

Klíčová slova

Ubytovací služby, metody hodnocení investic, wellness, Churáňov.

Doporučené zdroje informací

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, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3293-0.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

KOTLER, Philip. Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

RŮČKOVÁ, Petra a Michaela ROUBÍČKOVÁ. Finanční management. Praha: Grada, 2012. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-4047-8.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. Podniková ekonomika. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.

Předběžný termín obhajoby

2016/17 ZS – PEF (únor 2017)

Vedoucí práce

Ing. Michaela Havlíková, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomiky

Elektronicky schváleno dne 17. 1. 2017

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 26. 1. 2017

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 09. 02. 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Návrh rozšíření nabídky hotelových služeb EA hotelu Churáňov" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 27. 3. 2017 _____

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Michaele Havlíkové, Ph. D., vedoucí mé diplomové práce, za čas, který mi věnovala a za její cenné rady a podněty, které mi dopomohly k vytvoření této diplomové práce.

Návrh rozšíření nabídky hotelových služeb EA hotelu Churáňov

Souhrn

Cílem diplomové práce je navrhnout a zhodnotit možnosti rozšíření nabídky poskytovaných služeb v EA hotelu Churáňov. V praktické části je vypracován návrh konkrétních možností vhodných k rozšíření stávající nabídky hotelových služeb, tak aby hotel docílil zlepšení své současné pozice na trhu a do budoucna dokázal posílit svoji konkurenceschopnost.

Klíčová slova: ubytovací služby, metody hodnocení investic, wellness, Churáňov.

Extension of Services in EA Churáňov Hotel

Summary

The aim of this thesis is to design and evaluate options for extended services of feredat EA Hotel Churanov. In the practical part there are propred options to expandexisting services in order to achieve improvement in the current market position. Based on these aids the hotel is alsoe xpected to bestronger and more competitive in this business.

Keywords: accommodation service, methods evaluation investments, wellness, Churáňov.

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce.....	12
2.1 Metodika	12
3 Teoretická východiska	14
3.1 Cestovní ruch	14
3.2 Služby v cestovním ruchu	16
3.3 Ubytovací služby.....	17
3.3.1 Klasifikace ubytovacích zařízení	17
3.4 Stravovací služby	19
3.5 Wellness služby v ubytovacích zařízeních.....	20
3.5.1 Technické vybavení hotelového wellness centra.....	21
3.6 Marketingový mix	21
3.6.1 Produkt.....	22
3.6.2 Cena	24
3.6.3 Distribuce.....	25
3.6.4 Marketingová komunikace	26
3.7 Investování	27
3.7.1 Druhy investic.....	28
3.7.2 Zdroje financování investic	29
3.7.3 Hodnocení efektivnosti investic.....	30
3.7.4 Statické metody hodnocení investic	31
3.7.5 Dynamické metody hodnocení investic	32
4 EA hotel Churáňov***	34
4.1 Poskytované služby	35
4.1.1 Ubytovací služby	36
4.1.2 Stravovací služby	37
4.1.3 Wellness služby	38
4.2 Analýza konkurence.....	39
4.2.1 Hotel Zadov***	40
4.2.2 Sporthotel Olympia***	41
4.2.3 Hotel Elsyn Dvůr***	42
4.2.4 Hotel Srní a depandace Srní.....	43
4.2.5 Hotel Klostermannova chata***	44
4.2.6 Porovnání poskytovaných služeb.....	45
4.3 Spokojenost zákazníků se stávajícími službami v EA hotelu Churáňov	46

5	Návrh rozšíření služeb o bazén.....	53
5.1	Určení diskontní míry	53
5.2	Kapitálové výdaje	53
5.3	Odhad budoucích příjmů a provozních nákladů	54
5.4	Výpočet odpisů	55
5.5	Výpočet CASH FLOW a současné hodnoty CASH FLOW.....	56
5.6	Vybrané metody hodnocení efektivnosti investice	57
6	Návrh rozšíření služeb o vířivku	59
6.1	Určení diskontní míry	59
6.2	Kapitálové výdaje	59
6.3	Odhad budoucích příjmů a provozních nákladů	60
6.4	Výpočet odpisů	62
6.5	Výpočet CASH FLOW a současné hodnoty CASH FLOW.....	63
6.6	Vybrané metody hodnocení efektivnosti investice	64
7	Návrh rozšíření nabídky masáží.....	66
8	Shrnutí výsledků	67
8.1	Konkrétní návrhy rozšíření služeb	68
8.3.1	Bazén.....	68
8.3.2	Vířivka	68
8.3.3	Rozšíření nabídky masáží.....	69
6	Závěr.....	70
7	Seznam použitých zdrojů	71
8	Přílohy	75

Seznam obrázků

Obrázek 1	Logo společnosti EuroAgentur Hotels & Travel a.s.	34
Obrázek 2	Výhody a nevýhody hotelu Zadov oproti hotelu Churáňov.....	40
Obrázek 3	Výhody a nevýhody Sporthotelu Olympie oproti hotelu Churáňov.....	41
Obrázek 4	Výhody a nevýhody hotelu Elsyn Dvůr oproti hotelu Churáňov.....	42
Obrázek 5	Výhody a nevýhody hotelu Srní a depandace oproti hotelu Churáňov.....	44
Obrázek 6	Výhody a nevýhody hotelu Klostermannova chata oproti hotelu Churáňov	44
Obrázek 7	Přehled poskytovaných služeb jednotlivými hotely.....	46
Obrázek 8	Předpokládané výnosy v Kč bude-li bazén využíván 29 % hostů	54
Obrázek 9	Roční odpisová skupina pro HM dle odpis. sazby ve 4.odpis.skupině.....	55
Obrázek 10	Stanovení rovnoměrných odpisů – bazén	56
Obrázek 11	Současná hodnota CF	57
Obrázek 12	Výpočet kumulované hodnoty CF	58
Obrázek 13	Předpokládané výnosy v Kč bude-li vířivka využita 2 hod / den	61
Obrázek 14	Předpokládané provozní náklady	61
Obrázek 15	Roční odpisová skupina pro HM dle odpis. sazby ve 4.odpis.skupině.....	62
Obrázek 16	Stanovení rovnoměrných odpisů – vířivka	62
Obrázek 17	Současná hodnota CF	63
Obrázek 18	Výpočet kumulované hodnoty CF	65
Obrázek 19	Výsledky jednotlivých metod	68

Seznam Grafů

Graf 1	Frekvence návštěvnosti	46
Graf 2	Kvalita poskytovaných služeb – ubytování	47
Graf 3	Kvalita poskytovaných služeb – stravování.....	47
Graf 4	Rozsah wellness služeb	48
Graf 5	Hodnocení úrovně wellness služeb	49
Graf 6	Preference služeb	49
Graf 7	Rozhodující faktor	50
Graf 8	Doporučení respondentů	50
Graf 9	Pohlaví respondentů	51
Graf 10	Věkové složení respondentů	51

1 Úvod

Odvětví cestovního ruchu zaznamenalo největší růst po roce 1989, otevření státních hranic vedlo k obrovskému rozmachu turismu. Od té doby se cestovní ruch řadí k jedněm z nejdůležitějších prvků státní ekonomiky a věnuje se mu stále větší pozornost. V současné době, vzhledem k událostem souvisejících s migrační krizí a možnou hrozbou teroristických útoků v zahraničních destinacích, dochází ke znovuoživení domácího cestovního ruchu, což je velice příznivý faktor pro podnikatele působící v turistice. Na druhou stranu je třeba zmínit, že za posledních dvacet let se na území celé České republiky kapacita ubytovacích zařízení velmi rozrostla, takže konkurence je v ubytovacím sektoru stále velice vysoká. Tato situace nutí všechny poskytovatele ubytovacích služeb vyhledávat nové způsoby, které by mohly zvýšit využití jejich kapacity a přilákat maximálně možný počet hostů.

Značný vývoj je patrný také v současných požadavcích hostů. Nároky na poskytovanou kvalitu služeb neustále rostou, a to u české i zahraniční klientely, při jejich výběru rozhoduje nejen atraktivita lokality, ale také rozsah a hlavně kvalita poskytovaných služeb. Dnešní klient poptává výjimečnost, zážitek, exkluzivitu, zdravý a ekologický životní styl a adrenalinové zážitky. Provozovatelé ubytovacích zařízení tak musí kromě ubytovacích a stravovacích služeb rozšířit svoji nabídku o další tzv. doplňkové služby. Právě ty jsou totiž velice významným faktorem, který může odlišit nabídku jednotlivých objektů na trhu hotelových služeb a ovlivnit to, zda se objekt v silném konkurenčním prostředí udrží. Pokud se firmě podaří stanovit správný poměr mezi rozsahem a kvalitou poskytovaných služeb a jejich cenou, může získat velice podstatnou konkurenční výhodu a příležitost k navýšení svého zisku.

2 Cíl práce

Primárním cílem práce je navrhnout a zhodnotit možnosti rozšíření nabídky poskytovaných služeb v EA hotelu Churáňov. Dílčím cílem je zhodnotit, zda je návratnost navržených investic zajištěna v požadovaném časovém období následujících šesti let.

2.1 Metodika

V teoretické části se diplomová práce věnuje problematice cestovního ruchu, poskytovaným službám v oblasti cestovního ruchu, především se zaměřením na hotelová ubytovací zařízení a komplexní hotelové služby. Další část práce byla věnována marketingovému mixu a jeho jednotlivým složkám. V závěru teoretické části byla popsána problematika investování a byly představeny vybrané metody hodnocení efektivnosti investic. Teoretická část byla zpracována na základě prostudování dostupných literárních pramenů, které se zabývají uvedenou tématikou.

V praktické části byl nejprve představen EA hotel Churáňov a společnost EuroAgentur Hotels & Travel a.s, která hotel v současné době provozuje. Následně byla provedena analýza současného stavu nabídky poskytovaných služeb EA hotelu Churáňov v porovnání s nabídkou konkurenčních služeb srovnatelných ubytovacích zařízení. Analýza poptávky byla provedena na základě dotazníkového šetření. Cílem dotazníku bylo zjistit, jak jsou hosté se stávající nabídkou hotelových služeb spokojeni, jak jim vyhovuje rozsah poskytovaných služeb a co jim v nabídce wellness služeb chybí. Dotazníkové šetření bylo provedeno mezi ubytovanými hosty v EA hotelu Churáňov v období od 24. 6. 2016 do 4. 9. 2016. Sběr dat probíhal formou dotazníku, který byl umístěn na každém hotelovém pokoji, tato forma výzkumu zajišťovala respondentům anonymitu odpovědí bez možného ovlivnění tazatelem a dostatek času na vyplnění. Celkem dotazník vyplnilo a odevzdalo 252 respondentů. Pro snadnější vyhodnocení byly v dotazníku použity uzavřené otázky, dotazník je k nahlédnutí v příloze 7. Na základě zjištěných dat byl vypracován návrh služeb vhodných k rozšíření stávající nabídky hotelových služeb EA hotelu Churáňov. Pro jednotlivé varianty návrhů služeb byl proveden výběr vhodných dodavatelů, byly zpracovány kalkulace veškerých nákladů na jejich realizaci. Dále byly stanoveny předpokládané výnosy a jednotlivé návrhy na rozšíření služeb byly posouzeny z hlediska

realizovatelnosti a ekonomické rentability pomocí vybraných metod hodnocení efektivnosti investic. Konkrétně byly v práci použity metoda čisté současné hodnoty, index čisté současné hodnoty, metoda vnitřního výnosového procenta a metoda doby návratnosti. Výstupem diplomové práce je navržení neoptimálnější varianty rozšíření služeb v EA hotelu Churáňov. K naplnění cíle diplomové práce byly navrženy dvě varianty nových služeb, kterými lze rozšířit stávající nabídku hotelových wellness služeb. První variantou je umístění vířivky pro 5 osob v prostoru odpočívárny hotelové sauny, včetně stavebních úprav tohoto prostoru, tak aby se vybuďovalo zcela nové, příjemné relaxační prostředí. Druhou variantou je pak návrh na rozšíření nabídky masáží o tzv. zážitkové masáže. Obě tyto varianty naplňují dílčí cíl a byly vyhodnoceny jako realizovatelné.

3 Teoretická východiska

3.1 Cestovní ruch

Pojem cestovní ruch je odvozen od slova cestování, ale je zcela patrné, že se tyto pojmy od sebe liší. Pojmem cestování se rozumí cesty spojené s přechodným pobytem na jiném místě, pojem cestovní ruch má přitom daleko širší význam. O cestovním ruchu lze hovořit v případě, že se cestování stává masovým jevem a je spojeno s poskytováním specifických služeb (ubytování, stravování, doprava), které zabezpečují specializované organizace. (Kotlíková, 2013)

Cestovní ruch patří celosvětově mezi nejvýznamnější hospodářská odvětví a hraje velice významnou úlohu v ekonomice každé hospodářsky vyspělé země. Lze jej označit za tzv. průřezové odvětví, protože ovlivňuje mnoho dalších hospodářských odvětví, jež pro něj pracují (stavebnictví, potravinářství, výroba nábytku, doprava, softwarové služby apod.). Tento multiplikační efekt způsobuje, že každé jedno pracovní místo v cestovním ruchu otevírá možnost vzniku v průměru dalším třem pracovním příležitostem. Tam, kde se cestovní ruch úspěšně rozvíjí, na sebe nabaluje mnoho dalších činností a je schopen zaměstnat drobné místní provozovny všeho druhu. Význam rozvoje cestovního ruchu je nesmírný a pro řadu zemí má význam přímo strategický. (Ryglová a kolektiv, 2011)

Rozvoj cestovního ruchu je podporován řadou faktorů, které souvisejí s růstem počtu obyvatelstva naší planety, se zlepšováním jejich zdravotního stavu a se zvyšováním vzdělanosti, díky níž lidé postupně překonávají jazykové bariéry a jsou podněcováni k poznání nových míst, kultur a k prožití neobvyklých zážitků. Podnětem pro rozvoj cestovního ruchu je i postupující globalizace, spojená se soustředěním lidí do velkých měst, s rozšiřováním moderních technologií, které umožňují bezproblémovou komunikaci a rychlé překonání vzdáleností. V hierarchii potřeb člověka se cestovní ruch postupně přesunuje z potřeb luxusních a zbytných do potřeb běžných, které jsou nedílnou součástí spokojeného života. Vezmeme-li v úvahu, že cestovní ruch má multiplikační efekt na rozvoj národního hospodářství, zvyšuje zaměstnanost v regionech a stává se důležitým faktorem rozvoje oblastí, pochopíme mnohonásobné zvýšení významu cestovního ruchu.

Mezinárodní cestovní ruch představuje asi 25 až 30 % všech světových služeb, zaměstnává přes 100 milionů osob. Přestože rozvoj cestovního ruchu dokáže velice pozitivně ovlivnit ekonomiku země, je potřeba vzít v úvahu také jeho negativní dopady a snažit se o jeho regulaci, aby jeho rozvoj byl dlouhodobě udržitelným. Na rozvoji cestovního ruchu se podílí celá řada faktorů, jedná se například o postupující globalizaci, zvyšování vzdělanosti a zlepšující se jazykové znalosti populace, rozvoj mezinárodní spolupráce nebo rozvoj moderních technologií, které umožňují rychlé překonávání vzdáleností a rychlou výměnu informací. (Indrová, 2010)

Definice výrazu cestovní ruch lze najít mnoho. Obecná definice uvádí cestovní ruch jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Tato definice není zcela výstižná, je potřeba k ní přiřadit ještě obchodní, pracovně motivované cesty, které také představují významnou složku cestovního ruchu. Není také snadné určit, jak daleko musí člověk cestovat nebo kolik nocí musí strávit mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu. Mnozí lidé nepovažují cestovní ruch za samostatné odvětví, ale za činnost, která je výsledkem služeb jiných odvětví, jako jsou ubytování, stravování a doprava. (Horner, Swarbrooke, 2003)

Pro rozvoj cestovního ruchu a turismu je velmi důležité příznivé mezinárodní politické klima, ale také přírodní, materiálně technické, ekonomické, ekologické, demografické, odborně profesní, administrativní a jiné podmínky. Příčinou vzniku cestovního ruchu byla potřeba obnovit a navázat styk s lidmi, poznávat a vzdělávat se a v neposlední řadě obnovit spojení s přírodou. (Jakubíková, 2012)

Cestovní ruch je především sektorem služeb s komplexním produktem, který závisí na mnoha různých složkách. Každá součást řetězce (dopravci, hoteliéři, restauratéři, cestovní kanceláře, průvodci a další provozovatelé) nabízí jeden článek z celkového produktu. Společně pak tyto složky vytvářejí zkušenosti turistů a jejich hodnocení kvality služeb. Turistická destinace je hlavní lokalitou spotřeby služeb a místem podnikání v cestovním ruchu. Turisté identifikují produkt jak podle firmy, která službu poskytuje, tak podle navštívené destinace. Jednání turistů je převážně nepředvídatelné, podléhá osobním náladám a podléhá psychologickým a společenským vlivům. Pokud je negativně ovlivněn

dojem turisty třeba jen v jediném článku řetězce, utrpí v důsledku toho celý řetězec. (Seifertová a kolektiv, 2013)

3.2 Služby v cestovním ruchu

Služby jsou samostatně identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může, ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Je-li však toto užití nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží. (Vašítková, 2014)

Služby představují neodmyslitelnou součást cestovním ruchu, která jej dokáže velice zásadně ovlivnit. Služby v této oblasti jsou poměrně nesourodé, takže je lze charakterizovat z mnoha hledisek. Podle významu ve spotřebě účastníků se mohou rozčlenit na základní (zabezpečují přemístění účastníků do místa rekreačního pobytu a zpět a služby spojené s pobytem) a doplňkové (služby spojené s využíváním atraktivit, charakteristických pro určitý rekreační prostor. Podle charakteru spotřeby na osobní (např. odnesení zavazadel) a věcné (např. úprava lyžařské výstroje). Podle způsobu úhrady na placené a neplacené, podle způsobu zabezpečení na služby vlastní, služby poskytované dodavatelským způsobem a služby obstarávané apod. (Jakubíková, 2012)

Služby mají specifické vlastnosti, které je charakterizují. Jedná se o nehmotnost (služby si před samotnou koupí nelze prohlédnout či vyzkoušet, zákazník se tak vystavuje většímu riziku a nejistotě), neoddělitelnost (nelze od sebe oddělit produkci a spotřebu, služba je produkována v přítomnosti zákazníka), proměnlivost (kvalita poskytované služby nemusí být vždy stejná, je ovlivněna celou řadou vlivů), pomíjivost (služba není trvalá, nelze ji vyrobit dopředu ani ji skladovat) a absenci vlastnictví (tím, že si za danou službu zaplatím, nezískám ji do svého vlastnictví). (Palatková, Zichová, 2014)

3.3 Ubytovací služby

Ubytovací službu lze definovat jako krátkodobý pronájem pokoje za účelem uspokojení základní potřeby člověka. Jedná se o souhrn činností, jejichž základním mottem je vytvořit zákazníkovi pocit druhého domova. Prioritou každého poskytovatele ubytovacích služeb je spokojený vracející se zákazník. (Křížek, Neufus, 2014)

Ubytovací služby představují základní podmínku pro rozvoj cestovního ruchu. Můžeme je charakterizovat jako umožnění přechodného ubytování mimo místo trvalého pobytu účastníka cestovního ruchu včetně uspokojení jeho dalších potřeb, které s přechodným pobytem souvisejí. Charakteristickým znakem ubytovacích služeb je jejich dočasný a přechodný charakter. Původně sloužilo ubytování pouze k přenocování, ale tak jak stoupají nároky zákazníků a přibývá konkurence, snaží se ubytovací zařízení hledat nové příležitosti pro rozšíření své nabídky. (Jakubíková, 2012)

Zařízení poskytující ubytovací služby se člení dle různých parametrů, např. dle velikosti na malé (do 50 pokojů), střední (50 – 150 pokojů), velké (150 + 400 pokojů) a mega (nad 400 pokojů). Podle převažujících doplňkových služeb lze ubytovací zařízení rozdělit na wellness, lázeňské, sportovní, relax a rodinné, podle umístění na městské, horské, lázeňské, přímořské apod., dle doby provozu na celoroční a sezónní, dle kategorizace na hotel, motel, penzion a ostatní ubytovací zařízení. (Křížek, Neufus, 2014)

3.3.1 Klasifikace ubytovacích zařízení

Rozsah služeb, které poskytuje ubytovací zařízení, indikuje zákazníkovi systém tzv. klasifikačních tříd. V mezinárodní praxi platí určité společné principy, co která třída znamená a jaký rozsah služeb má poskytovat. K vytvoření systému jednotné klasifikace vedla zejména potřeba sjednotit různorodé pohledy na rozsah poskytovaných služeb, zvýšení transparentnosti trhu a větší přehlednost pro konečného spotřebitele. Jako prvotní vznikla v roce 2000 publikace Doporučený standart ubytovacích zařízení, později vznikla ještě Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky, na této publikaci spolupracovaly sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovních ruchu HO.RE.KA ČR,

národní federace hotelů a restaurací NFHR ČR, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a Česká centrála cestovního ruchu. Od roku 2010 platí na území České republiky jednotná společná středoevropská klasifikace ubytovacích zařízení. Zařazení do hotelové klasifikace není obecně závazným právním předpisem, je dobrovolné a má charakter doporučení. (Rygllová a kolektiv, 2011)

Oficiální hotelová klasifikace ubytovacích zařízení České republiky se stala součástí mezinárodního systému Hotelstars Union, který sjednocuje klasifikační kritéria všech 15 členských zemí a zaručuje tak stejné parametry kvality ubytovacích zařízení ve všech zúčastněných státech. Hotelstars Union ve spolupráci s Českou centrálou cestovního ruchu Czech Tourism vydal katalog certifikovaných zařízení, což je velice silný marketingový nástroj. Z toho je zcela zřejmé, že členství v unii je pro provozovatele ubytovacích zařízení obchodně důležité a může pomoci k posílení etiky podnikání v oboru ubytovacích služeb. (Křížek, Neufus, 2014)

Ubytovací zařízení, která se zařadí do systému jednotné hotelové klasifikace, budou moci využít značné marketingové podpory. Jednat by se mělo zejména o on-line podporu a propagaci v rámci domácích a mezinárodních veletrhů, kterých se zúčastní agentura Czech Tourism. Dalším důležitým nástrojem on-line podpory budou oficiální internetové stránky www.hotelstars.cz, které nabídnou návštěvníkům přehledné informace o službách a vybavenosti klasifikovaných zařízení, včetně kompletního seznamu certifikovaných ubytovacích zařízení s přímým propojením na jejich webové stránky a s možností vytvoření přímé rezervace. Do budoucna se dále plánuje, že by certifikovaná zařízení měla být viditelně označena a odlišena od ostatních ubytovacích zařízení a to na většině významných rezervačních portálů. (Seifertová a kolektiv, 2013)

Jak uvádí (Beránek, 2004) oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení dělí zařízení do těchto kategorií: hotel, motel, penzion a ostatní ubytovací zařízení. Hotel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služby s tím spojené (zejména stravovací). Hotely se člení do pěti tříd. Hotel typu garni má vybavení jen pro omezený rozsah stravování, minimálně pro hosty zajišťuje snídaně, člení se čtyř tříd. Motel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy, člení se do čtyř tříd, zařízení se

nachází v blízkosti pozemních komunikací s možností parkování, recepce a restaurace může být mimo ubytovací část. Penzion je ubytovací zařízení s nejméně 5 pokoji, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými s hotelem, člení se do čtyř tříd. Ostatní ubytovací zařízení jsou turistické ubytovny, kempy a skupiny chat, popřípadě kulturní nebo památkové objekty využívané pro přechodné ubytování.

3.4 Stravovací služby

Stravovací služby patří mezi velmi staré obory lidské činnosti. Jejich rozvoj probíhal souběžně s rozvojem služeb ubytovacích. Provozovny stravovacích zařízení jsou také nazývány gastronomická zařízení. Lidé je navštěvují z různých pohnutek a potřeb. Někteří hosté mají zájem uspokojit pouze potřebu jídla a pití, jiní hledají rozptýlení, další komunikační prostředí. Hosté patří do různých sociálních skupin a mají různé způsoby chování i rozdílné finanční možnosti. (Ryglová a spol., 2011)

Jak uvádí Palatková a Zichová (2014) stravovací služby jsou obvykle zařazovány do sekundární složky nabídky, přestože v určitých případech mohou být samotným cílem cesty, pokud je tomu tak, jedná se pak o zážitkovou gastronomii. Hlavním cílem zážitkové gastronomie je připravit hostům gastronomický zážitek. Mezi formy této gastronomie patří různé tematické akce (např. Valentýské menu, rybí hody, zvěřinové hody, steakový večer apod.), dále pak pohledová kuchyně, příprava pokrmů na lávových kamenech, ochutnávka vín či interiérové řešení.

Stravovací služby jsou nedílnou součástí cestovního ruchu. Jsou poskytovány v zařízeních, která jsou pro tyto účely budována, v ubytovacích zařízeních, ve školách, firmách, v nemocnicích apod. V oblasti gastronomie se lze setkat s mnoha různými typy zařízení, které stravovací služby zajišťují - od luxusních restaurací a hotelových restaurací, přes zábavní komplexy, ústavní zařízení, bary, taverny, hospody, kavárny, vinárny až po fast foody a stánky s rychlým občerstvením na ulici. Nabídka je opravdu velice široká a lze říci, že v oblasti stravovacích služeb panuje velmi silná konkurence a to i mezi různými typy zařízení. (Jakubíková, 2012)

3.5 Wellness služby v ubytovacích zařízeních

Wellness služby jsou trendem současné doby a tak se stávají nedílnou součástí nabídky služeb ubytovacích zařízení. Počet zákazníků, kteří mají o tyto služby zájem, stále stoupá, stejně tak stoupá počet ubytovacích zařízení, kteří se snaží zvýšené poptávce po wellness službách vyhovět. Ubytovací zařízení, zejména hotely, které by neposkytovalo alespoň základní nabídku wellness služeb by jen těžko obstály v konkurenčním boji. Zdravý životní styl je trendem a je stále více propagován, dnešní zákazník si plně uvědomuje možné negativní důsledky hektického životního stylu a pomocí wellness služeb se snaží o odreagování se od všedních starostí, načerpání nové energie, upevnění zdraví a relaxaci. Spektrum wellness a fitness služeb je velice široké, nejčastěji do nich lze zařadit bazén, saunu, posilovnu, kosmetiku, masáže, tenisové kurty, squash, bowling, ozdravné koupele a zábaly. (Poděbradský, 2008)

Podstatou wellness je být zdravý a utužovat si kondici. Za zakladatele wellness je považován americký lékař Halbert L. Dunn, V Americe se wellness služby objevily nejdříve ve sportovních klubech a salonech krásy, později byly rozšířeny také do oblasti hotelnictví. Průkopníkem wellness služeb se v Evropě stalo Rakousko a k rozšíření nabídky hotelových služeb došlo také v České republice. V posledních letech přibýlo mnoho hotelů, které se vybavily fitness, saunami, bazény či vířivkami a nabízejí svým zákazníkům rekondační a relaxační pobyty. (Stuchlíková, 2008)

Nabízené wellness služby by měly být poskytovány ve stálé či rostoucí kvalitě, protože právě kvalita je pro zákazníka nejdůležitějším kritériem při hodnocení pobytu. Dojem zákazníka mohou zásadně ovlivnit zaměstnanci ubytovacího zařízení a také celková propracovanost jednotlivých služeb. V nabídce jednotlivých středisek by neměl chybět program volnočasových aktivit (např. možnost výletů, přehled pěších a cyklistických tras, kulturní akce v blízkém okolí apod.). Vzhledem ke stoupajícím nárokům zákazníků uvažuje Česká asociace wellness o certifikaci subjektů, které nabízejí služby z oblasti wellness a uvažuje se i o jednotné klasifikaci wellness hotelů. Jednotné standardy by měly usnadnit orientaci zákazníků a zajistit potřebnou úroveň služeb. Podle české asociace

wellness však bude zavedení klasifikace trvat delší dobu, plánuje se v řádu několika let. (Poděbradský, 2008)

3.5.1 Technické vybavení hotelového wellness centra

Jak uvádí Poděbradský (2008) vybavení wellness center jednotlivých hotelů se velice různí, některé hotely nabízejí pouze několik základních služeb v podobě sauny, posilovny, případně malého bazénu či vířivé vany, jiné nabízejí daleko širší spektrum služeb. Mezi nejčastější příklady technického vybavení hotelových wellness center patří spa, vodní terapie. Jedná se o provozy, kde jsou umístěny vířivé vany, vany pro perličkové koupele, aromalázně, vichy sprcha (tělo je masírováno sprchou masírující tělo v různých frekvencích a silách). Hodně využívané jsou také světelné terapie, tento způsob terapie zahrnuje solárium nebo infrakabinu, která slouží k prohřátí celého těla, jedná se vhodnou alternativu za saunu pro kardiaky či astmatiky. Dále se může jednat o různé druhy saun, nejvíce využívaná je finská sauna (ohřev do 100 °C) avário sauna (umožňuje volbu mezi klasickou finskou saunou, tropickou lázní a vlhkou bylinnou lázní). Dále se jedná o solné jeskyně, bazén či aquapark, centrum pro kosmetickou péči, fitness centrum - posilovna, spinning, aerobic, zumba, pilates apod.

3.6 Marketingový mix

Kotler (2007) označuje marketingový mix za soubor taktických marketingových nástrojů – výrobní, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu. Marketingový mix se představuje všemi základními kroky, které organizace provádí, aby vzbudila poptávku po produktu. Marketingový mix používán z toho důvodu, neboť je neodmyslitelnou součástí produktu, a také služeb. Je nutné mít na paměti, že marketingový mix je taktické a nikoli strategické východisko.

Marketingový mix lze chápat dle Zamazalové (2009) jako souhrn vnitřních činitelů podniku, které mohou ovlivňovat chování spotřebitele. Tyto marketingové nástroje: produkt, cena, distribuce a komunikace, musejí být vzájemně kombinovány a harmonizovány tak, aby co nejlépe odpovídaly trhu. Teprve pak mohou plnit efektivně svoji funkci a přinášet synergický efekt.

Klasická podoba marketingového mixu je tvořena čtyřmi prvky, tzv.4P:

- Product (produkt)
- Price (cena)
- Place (místo, distribuce)
- Promotion (marketingová komunikace)

V rámci jednotlivých prvků dochází k tvorbě dílčích mixů. Lze tak hovořit o produktovém mixu, cenovém mixu, distribučním mixu a komunikačním mixu. Při tvorbě jakéhokoli dílčího mixu musíme vždy uvažovat v souvislostech s dalšími dílčími mixy. To znamená, že například při zavádění nové služby v cestovním ruchu se zamýšlíme nejen nad její samotnou tvorbou, ale i nad její cenou, možnými slevami, způsobem distribuce a možnou prezentací. (Jakubíková, 2012)

3.6.1 Produkt

Produkty jsou široce definované jako cokoli nabídnutého k pozornosti, koupi, použití, nebo konzumní schopné uspokojit potřeby. Toto uspokojení může pocházet z hmotného výrobku, jako je mýdlo, nebo ze služby, jako dobrý účes, nebo ze symbolické idey, jako politický slogan. Z marketingového manažerského pohledu je produktem vše, co může být prodáváno a je schopno poskytnout uspokojení potřeb. (Sandhusen, 2000)

Produktem lze nazvat vše, co podnik nabízí k uspokojení jeho hmotných i nehmotných potřeb. U poskytování služeb lze nazvat produktem určitý proces, který není spojen s žádným konkrétním hmotným výsledkem. Klíčovým prvkem definujícím službu je její kvalita. (Vašítková, 2008)

Ryglová (2009) definuje produkt jako službu či balík služeb základních (ubytování) nebo doplňkových (směnárna). Produkt má omezenou životnost, protože se neustále přizpůsobuje měnícím se požadavkům zákazníka s ohledem na vlastní stadium životního cyklu, ve kterém se nachází. Produkt v cestovním ruchu je také symbióza materiálních a nemateriálních zdrojů, které musí především upoutat zákazníka. Dělí se z hlediska těžkých a měkkých faktorů. Těžké jsou ubytování či gastronomie, lehké poté pohostinnost či zážitky.

Produkt v podobě služby se od produktu v podobě zboží liší nejen ve hmatatelnosti, ale také v tom, že služby se většinou nenabízejí samostatně, ale jako celá nabídka služeb, kterou můžeme rozdělit do několika úrovní - obecný produkt, očekávaný produkt, rozšířený produkt a potencionální produkt. Výslednou hodnotu služby pak zákazník hodnotí podle míry uspokojení svých potřeb. Efekt rozšíření základní požadované služby představuje z pohledu kupujícího zvýšení užitné hodnoty služby a je důležitým nástrojem diferenciací nabídky. Při tvorbě nabídky služeb by měl podnik usilovat nejen o co nejširší nabídku služeb, ale také o to, aby tato nabídka odpovídala kapacitě podniku, jeho schopnostem a možnostem tyto služby řádně zabezpečit a zároveň korespondovala s poptávkou na trhu. (Vaniček, Křest'án, 2007)

Produkt zákazníci kupují za účelem uspokojení svých potřeb a lze říci, že produkt představuje souhrn vlivů, které přinášejí zákazníkům určitou hodnotu. Klient posuzuje hodnotu služby právě podle toho, jaký užitek mu přinese. Každý produkt má svůj životní cyklus, který bývá charakterizován čtyřmi fázemi – zavedení na trh, růst, zralost a ústup z trhu. V jednotlivých fázích se liší objemy prodeje, cena produktu, dosahovaný zisk z prodeje z produktu i jeho význam pro podnik. Ne všechny produkty však musí nutně projít všemi uvedenými fázemi, může například dojít k neúspěchu při zavádění výrobku na trh nebo se naopak může jednat o mimořádně úspěšný výrobek, takže zůstává ve fázi zralosti a nedojde k jeho stažení z trhu, dochází pouze k jeho drobným modifikacím. (Šiman, Petera, 2010)

3.6.2 Cena

Cena vyjadřuje množství peněžních jednotek, které firma za produkt požaduje.

Z pohledu zákazníka cena vyjadřuje hodnotu a kvalitu určitého produktu, kterou zákazník může očekávat. Cena je jediným marketingovým nástrojem, který firmě může přinášet zisk. Při tvorbě ceny je důležité vzít v úvahu vnitřní i vnější faktory. V ceně produktu by měly být zohledněny fixní i variabilní náklady, podniková strategie, měla by reflektovat konkurenční nabídkám a hlavně odpovídat poptávce na trhu, tedy musí být nastavena tak, aby zákazník byl ochoten danou cenu za produkt či službu zaplatit. (Vašítková, 2014)

Ceny mají volný charakter, ale vždy by měly být utvářeny s ohledem na podobné konkurenční nabídky. Cena by neměla být nepřiměřeně nízká, aby nevzbuzovala dojem lacinosti, ale měla by pokrýt kompletní náklady, rizika a generovat přiměřený zisk. Díky ní se snadno diferencuje nabídka na trhu a je významným faktorem v působení na psychiku zákazníka. Velmi dobře je zde propracován systém slev, které mohou být skupinové, mimosezonní, věkové, věrnostní či tzv. last minute. (Drobná, 2010)

Tvorba ceny je poměrně složitý proces, nejedná se pouze o ekonomickou kalkulaci, ale pro její úspěšnou realizaci je velice důležité, jak bude cenu vnímat zákazník. Mnohdy cena samotná ukazuje na hlavní cíle a záměry firmy, například nastavením nízké ceny se dá zamezit vstupu nových konkurentů na trh, snížení stávající ceny může představovat snahu získat nové zákazníky apod. V praxi se používají zejména tři způsoby určování ceny:

1) Přístup založený na nákladech – jedná se o nejběžnější postup určování ceny. Může se jednat například o analýzu bodu zvratu, kdy je podstatou snaha o nalezení takové ceny, kdy se konečné výnosy za vypočtené množství prodaných výrobků rovná celkovým nákladům. Dalším příkladem nákladového přístupu je tvorba ceny přírůžkou. Tento způsob spočívá v tom, že k celkovým nákladům na produkt připočítáme standardní podíl (například 15%). Výše podílu bývá různá v závislosti na konkrétním produktu, u zboží denní spotřeby bývá nižší, u zboží dlouhodobé spotřeby vyšší.

2) Přístup podle konkurence – tvorba ceny se orientuje dle běžné tržní ceny obdobné konkurenční nabídky. Například při výběrových řízeních o veřejnou zakázku bývá cena tím rozhodujícím faktorem, takže účastníci výběrového řízení více přizpůsobují cenovou nabídku předpokládané ceně konkurentů než vlastním nákladům.

3) Přístup orientovaný na zákazníka – v tomto postupu stanovení ceny je nejdůležitějším faktorem to, jakou hodnotu přisuzuje produktu sám zákazník. V praxi se lze setkat i s tím, že firma u svého prestižního zákazníka přistoupí na cenu, která je nižší než její náklady na produkt. V tomto případě se ze strany firmy jedná o snahu posílit si svoji image a lze tento krok považovat za investici do budoucna, protože v tomto případě většinou dochází k vytvoření pevných obchodních vazeb. (Foret, 2013)

3.6.3 Distribuce

Distribuce má za úkol co nejvíce přiblížit vyrobené produkty zákazníkovi, tak aby pro něj byly snadno dostupné. Součástí distribuce je také řešení celé řady rozporů mezi výrobcem (producentem služeb) a zákazníkem. Jedná se zejména o rozpory v místě, čase a množství. (Jakubíková, 2009)

Distribuce zahrnuje dvě dimenze, místo a čas, což znamená, že důležité je nabídnout zákazníkovi produkt ve správný čas, na správném místě a prostřednictvím správných distribučních cest. Distribuce je tedy nástrojem, který má zajistit, aby se produkt dostal k zákazníkovi ve správnou chvíli a na správném místě. (Johnová, 2008)

Firmy se soustřeďují na vytvoření takového vztahu se zákazníky, ve kterém distribuce hodnoty bude povýšena na tvorbu hodnoty. Cílem je správným způsobem doručit produkt na místo, které je pro zákazníky nejvhodnější, v čase, ve kterém chtějí mít produkty k dispozici, v množství, které potřebují, i v kvalitě, kterou požadují. Musíme si uvědomit, že zákazník je zdrojem peněžní hodnoty produktu a proto musí být kladen důraz na vytvoření kooperativního vztahu mezi firmou a zákazníkem. (Jakubíková, 2008)

Distribuci lze označit za velice důležitý a přitom nejméně pružný nástroj marketingového mixu. Prakticky to znamená, že jednou přijatá rozhodnutí se posléze velmi obtížně mění, popřípadě nejdou změnit vůbec. Proto by se firma při tvorbě distribučních cest měla rozhodnout o tom, která varianta je pro ni ideální, která proveditelná a která je dostupná. (Kozel a kolektiv, 2005)

Protože je většina služeb nehmátatelných a nedělitelných, jejich nejčastější distribuční cestu představuje přímý prodej. Kromě jejich přímého prodeje existují ale i další možné způsoby jejich distribuce, jedná se například o obchodní zástupce a zprostředkovatele prodávajících a nakupujících (zprostředkovatelé na burze), agenti a dodavatelé poskytující služby na základě smlouvy či licence (franchising). Volba distribuční cesty závisí na charakteru služby a na specifických požadavcích trhu. (Vaniček, Křesťan, 2007)

3.6.4 Marketingová komunikace

Propagace je poslední částí marketingového mixu, která má za úkol seznámit zákazníka s produktem, představit mu ho a ovlivnit zákaznicko potřeby, tak, že si uvedený produkt bude chtít koupit. Komunikační mix sestává ze šesti hlavních způsobů komunikace: reklamy, podpory prodeje, public relations a publicity, událostí a zážitků, přímého marketingu a osobního prodeje. Vytvoření účinné komunikace se skládá z identifikace cílové veřejnosti, určení komunikačních cílů, návrhu komunikace, volby komunikačních kanálů, sestavení celkového rozpočtu komunikace a rozhodnutí o komunikačním mixu. (Keller, 2007)

Plánovaná činnost komunikačního mixu dokáže významně posílit komunikaci se zákazníky. Firma se tak může zviditelnit a plně využít svých možností pro uplatnění se na trhu. Způsob a charakter propagace je závislý na mnoha faktorech, odvíjí se od vlastností produktu či služby, závisí na konkurenční činnosti, aktuálních trendech, na firemní pozici na trhu, cenové politice a také na finančních možnostech firmy. Nejviditelnějším nástrojem komunikačního mixu je reklama, jejímž cílem je přiblížit zákazníkovi produkt co nejatraktivněji a nejvěrohodněji. Většinou jsou pro reklamu využívána média, například rozhlas, televize, noviny, časopisy a tištěné materiály v podobě prospektů, letáků apod.

Dalším silným nástrojem může být podpora prodeje v podobě různých slev, benefitů pro stálé zákazníky, pořádání zákaznických soutěží apod. Velice důležité jsou také vztahy s veřejností, jedná se o veškeré činnosti, jejichž prostřednictvím firma komunikuje se svým okolím a všemi subjekty. Velmi důležitou částí vztahů s veřejností představuje publicita, ve srovnání s ostatními prvky komunikačního mixu jsou náklady na publicitu pro firmu podstatně nižší. Vzhledem k tomu, že uvádění dobrých či špatných informací ve sdělovacích prostředcích nemají společnosti pod kontrolou a nemohou je přímo ovlivňovat, je nezávislá publicita ve vyspělém světě považována za důvěryhodnou a spolehlivější než ostatní formy placené formy šíření informací. (Příkrylová, Jahodová, 2010)

3.7 Investování

Pojem investování označuje v širokém pojetí vynakládání (užití) kapitálu, v zúženém pojetí lze pod pojmem investování označit samotnou činnost podniku, kdy vynakládá zdroje za účelem získání užitků, které lze očekávat až v delším budoucím období. Do investování tedy nelze zahrnout například financování běžné činnosti podniku. Investice lze rozčlenit do tří základních skupin:

Hmotné investice – jedná se o věcné, fyzické a kapitálové investice, které vytvářejí novou výrobní kapacitu podniku nebo rozšiřují stávající výrobní kapacitu podniku.

Finanční investice – jedná se o investice nemateriální, např. nákup akcií, obligací, cenných papírů a půjčení finančních prostředků investičním společností za účelem získání zisku.

Nehmotné investice – jedná se například o nákup know-how, výdaje na výzkum a vývoj, na vzdělání, sociální rozvoj apod. (Synek, 2010)

Investice představují významný dynamizující faktor každé firmy, bez investování by nemohla firma dosahovat stanovených cílů a zajistit dlouhodobý rozvoj a ekonomickou prosperitu. Důležité je pochopit význam investování, bez toho nelze zhodnocovat vložený kapitál a podporovat rozvoj nových podnikatelských aktivit. Pokud se chce firma stát moderním a konkurenceschopným podnikem, je potřeba hledat všechny dostupné zdroje (vlastní i cizí) a využít ve svůj prospěch rozhodující činitele ovlivňující investiční činnost (dostupnost zdrojů, přitažlivost investice, využití podpory investic ze strany státu apod.).

Rozpoznání těchto činitelů má výrazný vliv na zlepšení výsledků jednotlivých projektů, stejně jako na snížení celkového rizika investování. (Polách a kolektiv, 2012)

Investiční rozhodování by mělo vycházet z firemní strategie, která určuje základní firemní cíle a způsoby k jejich dosažení, a napomáhat její realizaci. Investiční plánování a rozhodování je významným nástrojem a prostředkem k dosažení růstu hodnoty firmy. Investiční rozhodování přitom musí respektovat nejen interní faktory spojené s firemní strategií, ale musí respektovat i určité externí faktory spojené s podnikatelským okolím. Těmito faktory mohou být například ceny energií a základních surovin, měnové kurzy, chování konkurence, aktuální tržní situace apod. Většinu těchto faktorů lze jen těžko předvídat a představují tak faktory rizika a nejistoty. Podnikatelské okolí však nepředstavuje pro firmu pouze rizika, ale může být také zdrojem příležitostí, jež mohou být základem zajímavých investičních projektů pro firmu. (Fotr, Souček, 2011)

3.7.1 Druhy investic

Jak uvádí Žídková (2001) můžeme investice třídit dle různých hledisek. Například podle oblasti působení a podle druhu pořízeného majetku je dělíme na investice reálné a investice finanční. Za reálné investice lze označit investice vynaložené na přímé podnikání (např. nákup strojů, budov apod.), na nákup nemovitostí s cílem dalšího prodeje, na nákup uměleckých předmětů, sbírek a drahých kovů. Za finanční investice lze označit investice v podobě peněžních vkladů, nákupu akcií, dluhopisů, depozitních certifikátů apod.

Dále lze investice třídit podle účelu vynaložení, lze je pak rozdělit na výdaje na trvalý přírůstek zásob, výdaje na obnovu a rozšíření hmotného investičního majetku, výdaje na nákup dlouhodobých cenných papírů, výdaje na výchovu a zapracování pracovníků, výdaje na reklamní kampaň, výdaje na výzkumné a vývojové programy a výdaje spojené s hodnocením leasingu a akvizicí.

Podle Synka (2010) lze rozdělit investice z hlediska charakteru vynaložení investice do tří základních kategorií, kterými jsou hmotné investice, nehmotné investice a finanční investice. Hmotné investice představují výdaje vynaložené na výstavbu, modernizaci, rekonstrukci nebo obnovení majetku firmy (nákup strojů, budov, pozemků, zásob apod.)

Tyto investice lze rozdělit ještě podle toho, zda kapacitu podniku rozšiřují nebo pouze obnovují. Jedná se o tyto tři typy: rozšiřovací investice, obnovovací investice, mandatorní investice

Nehmotné investice představují nemateriální investice, do této kategorie lze zařadit nákup know-how, licencí, výdaje na software, na vzdělání, vědu a výzkum apod. Do třetí kategorie - finančních investic lze zařadit výdaje vynaložené na nákup cenných papírů, akcií, obligací apod.

3.7.2 Zdroje financování investic

Financování podnikových investic lze charakterizovat jako činnost zabývající se získáváním finančních zdrojů pro založení, chod a rozvoj podniku. Jedná se o soustředování a optimální rozložení různých forem finančních zdrojů na úhradu reálných podnikových investic. Zdroje financování se dají rozdělit dle mnoha hledisek, nejvýznamnějším z nich patří místo a vlastnictví těchto zdrojů, podle toho se zdroje financování investic dělí na interní a externí zdroje. (Fotr, Souček, 2011)

Interní zdroje

Zdrojem kapitálu je vlastní hospodářská činnost firmy, jejímž výsledkem je zisk. Jedná se o výhodný zdroj financování, protože není spojen s navýšením počtu věřitelů nebo společníků. Mezi vlastní zdroje financování patří odpisy, nerozdělený zisk, výnosy z prodeje a z likvidace hmotného majetku a zásob, nově vydané akcie. Nejvýznamnějšími interními zdroji financování jsou jednoznačně odpisy a nerozdělený zisk. (Synek 2010)

Odpisy představují náklady, které vyjadřují opotřebení stálých aktiv (budovy, stroje). Pomocí odpisů se cena těchto stálých aktiv přenáší do nákladů firmy a snižují její vykazovaný zisk. U odpisů se dá hovořit o stabilním zdroji financování, protože jsou firmě k dispozici i v případě, že nevykazuje žádný zisk. (Synek, 2010)

Nerozdělený zisk představuje kladný výsledek hospodaření běžného účetního období po zdanění. O tom, jaká část zdaněného zisku bude vyplacena mezi vlastníky ve formě podílů ze zisku a jaká zůstane ve firmě v podobě fondů nebo zůstane ve formě nerozděleného zisku, rozhodují vlastníci firmy. Nerozdělený zisk by měl pokrýt případné rozšíření investičního majetku. (Šiman, Petera, 2010)

Externí zdroje

Cizí kapitál využívá k financování podnikových investic mnoho firem, jeho nevýhodou je to, že dříve či později musí být půjčka vrácena. Firmy nejčastěji z externích zdrojů využívají bankovní úvěry. Podle délky období své splatnosti se cizí kapitál rozděluje na krátkodobý a dlouhodobý. Při financování majetku by měla být sladěna doba životnosti majetku s dobou splatnosti zdrojů, tedy dlouhodobý majetek by měl být financován kapitálem dlouhodobým kapitálem a oběžný majetek kapitálem krátkodobým. Mezi zásadní důvody pro využití externích zdrojů v podnikání patří cena cizího kapitálu, která je levnější než vlastní kapitál, efekt finanční páky, skutečnost, že při samotném zahájení podnikání firma většinou nemá k dispozici potřebné finanční zdroje nebo také realizace efektivní investiční příležitosti. (Šiman, Petera, 2010)

Jak uvádí Synek (2010) hlavním zdrojem externího kapitálu pro financování investic jsou banky. Jako externí zdroje financování jsou nejčastěji využívány střednědobý a dlouhodobý investiční úvěr, obligace, dlouhodobé rezervy, splátkový prodej, leasing, dotace ze státního nebo místního rozpočtu a prostředky z fondů EU.

3.7.3 Hodnocení efektivnosti investic

Investice představuje pro podnik jednorázově vynaložené zdroje, které budou přinášet peněžní příjmy v delším časovém období. Podnik při rozhodování o investici přihlíží k možnému riziku a také k době, za kterou výnosy získá. Rozhodujícími kritérii hodnocení efektivnosti tedy jsou výnosnost, rizikovost a stupeň likvidity investice. Za ideální je považována investice s vysokým výnosem, bez rizika a s vysokou likviditou. Ve skutečnosti se s takovouto investicí lze setkat jen velice zřídka, obvykle jsou tato kritéria protikladná. V praxi platí, že vysoce výnosná investice bývá spojena s vysokým rizikem a

investice, která je málo riskantní, je vysoce likvidní, je spojena s nízkým výnosem. (Synek, 2010)

Jak uvádí Vodák a Kucharčíková (2011) nejběžnější postup hodnocení investic používaný v podnicích se skládá z těchto kroků: stanovení nákladů na investici, odhad budoucích výnosů, které investice podniku přinese, určení nákladů na kapitál (stanovení úrokové míry), aplikace zvolené metody hodnocení investic.

Při hodnocení investic se používá celá řada metod, podle toho zda přihlížejí či nikoli k faktoru času, je lze rozlišit na statické metody a dynamické metody. Statické metody neberou v potaz faktor času, používají se tedy u krátkodobých investic. U většiny investic se používají metody dynamické, které faktor času zohledňují a jsou proto vhodnější pro dlouhodobější investice. (Valach a kolektiv, 2001)

3.7.4 Statické metody hodnocení investic

Tyto metody se používají u investic, u kterých nemá faktor času zásadní vliv na rozhodování o investicích. Statické metody hodnotí pouze finanční toky, nezahrnují ani rizikovost ani faktor času. Na zpracování jsou poměrně snadné a je vhodné je použít pro získání první informace o investici, pro optimální konečné rozhodnutí by měly být doplněny dalšími metodami dynamickými. (Scholleová, 2012)

1) Metoda výnosnosti investice (rentabilita)

Jedná se o nejjednodušší metodu hodnocení, při hodnocení jedné investiční příležitosti srovnáváme výnosnost, kterou nám investice přinese s výnosností požadovanou, při srovnání více variant je výhodné zvolit variantu s nejvyšší výnosností. Dle Mulačové a kolektivu (2013) se výnosnost investice počítá podle vzorce:

$$\text{ROI} = \frac{Z_r}{IN}$$

Z_r - průměrný čistý roční zisk plynoucí z investice
IN - náklady na investici

2) Doba návratnosti

Doba návratnosti určuje časové období, za které se prvotní investiční výdaje vrátí zpět v podobě příjmů z investice. Investiční projekt lze považovat za přijatelný, pokud je doba návratnosti nižší, než je životnost investičního projektu. Čím kratší je doba návratnosti, tím lépe je investice hodnocena. Při porovnávání více projektů je výhodnější zvolit ten s nejnižší dobou návratnosti. Bárta (2014) pro výpočet doby návratnosti uvádí tento vzorec:

$$Ts = IN / CF$$

IN - náklady na investici

CF - roční příjem plynoucí z investice

3.7.5 Dynamické metody hodnocení investic

Dynamické metody berou v úvahu nejen výnosy z investic, ale také riziko, které je zahrnuto přepočtem budoucích cash flow na současnou hodnotu a faktor času. Pokud není faktor času ve výpočtu efektivnosti zohledněn, dochází ke zkreslení efektivnosti a podnik tak nemusí zvolit tu nejlepší variantu, proto je posouzení investice dynamickými metodami směrodatnější. (Scholleová, 2012)

1) Metoda čisté současné hodnoty

Definice čisté současné hodnoty udává, že se vypočte jako rozdíl mezi diskontovanými peněžními příjmy z investice a současné hodnoty všech výdajů. To znamená, že je potřeba nejdříve stanovit hodnotu každého dílčího peněžního toku investice a tyto hodnoty přepočíst (diskontovat) na základě přijaté diskontní sazby pro hodnocenou investici. Je-li hodnota uvedeného součtu kladná, může být hodnocená investice přijata. Je-li naopak záporná, jde o důležitý argument pro nepřijetí hodnocené investice. Při porovnávání více investičních příležitostí se zpravidla vybírá ta, která vykazuje nejvyšší čistou současnou hodnotu. Růčková a Roubíčková (2012) uvádí, že čistou současnou hodnotu investice vypočteme podle vzorce:

$$NPV = PVCF - IN = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t} - IN$$

NPV - čistá současná hodnota investice

PVCF - současná hodnota cash flow (výnosů z investice)

- CF - očekávaná hodnota cash flow v období t
- IN - náklady na investici
- k - kapitálové náklady na investici (podniková diskontní sazba)
- t - období 1 až n
- n - doba životnosti investice

2) Metoda vnitřního výnosového procenta

Tato metoda udává relativní výnos (rentabilitu), který investice během svého životního cyklu poskytuje. Číselně je rovna diskontní sazbě, při které se čistá současná hodnota rovná nule. Scholleová (2012) uvádí pro výpočet vnitřního výnosové procenta vzorec:

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} - IN$$

- IRR - vnitřní výnosové procento
- CF - očekávaná hodnota cash flow v období t
- IN - náklady na investici
- t - období 1 až n
- n - doba životnosti investice

3) Metoda doby návratnosti

Dobou návratnosti je takové časové období, za které tok cash flow přinese hodnotu rovnající se původním investičním výdajům. Při posuzování investice platí, že doba návratnosti musí být kratší než doba životnosti podniku. Čím je doba návratnosti kratší, tím je investice likvidnější, při porovnávání více variant investic je nejvýhodnější zvolit tu s nejkratší. Výpočet se velice podobá postupu výpočtu u statistické metody, ale u této metody se používají diskontovaná cash flow, tedy postupně načítaná cash flow jsou uváděna v budoucích hodnotách. Diskontovaná doba návratnosti se dle Scholleové (2012) počítá dle vzorce:

$$DCF = \frac{CF}{(1+i)^n}$$

- CF - roční peněžní tok plynoucí z investice
- i - diskontní sazba
- n - rok, který se počítá

4 EA hotel Churáňov***

EA hotel Churáňov se nachází v nadmořské výšce 1000 m.n.m., přímo v centru lyžařského areálu Zadov, který je součástí národního parku Šumava. Okolí hotelu poskytuje vhodné podmínky pro sjezdové i běžecké lyžování, pěší turistiky a cykloturistiku. Hotel Churáňov byl postaven v roce 1968 jako podnikové rekreační zařízení společnosti Jednota s.p. a za dlouhá léta svého působení na trhu cestovního ruchu se hotel dostal do širokého povědomí veřejnosti. V roce 2001 se majitelem hotelu stal známý český hokejista a v současné době také majitel hokejového klubu v Plzni, pan Martina Straka. Ten provedl kompletní rekonstrukci vnitřních prostor hotelu a dodal mu tak modernější vzhled. V září roku 2002 majitel hotel pronajal hotelové společnosti EuroAgentur Hotels & Travel a.s., která hotel Churáňov od této doby provozuje. Momentálně je pronájemní smlouva hotelu Churáňov uzavřena na období následujících šesti let, tedy do 31. 12. 2022.

EuroAgentur Hotels & Travel, a.s. je největší soukromá hotelová společnost v Česku, která v současné době provozuje 42 hotelů a 8 gastronomických zařízení po celém území České republiky. Většinu hotelů této společnosti lze nalézt v centru hlavního města Prahy, ale zastoupení má společnost také na mnoha dalších místech České republiky – v Karlových Varech, Hradci Králové, Jihlavě, Jenišově u Lipna, Kraskově u Sečské přehrady, součástí společnosti jsou také dva zámecké hotely v oblasti Českého ráje - Sychrov a Hrubá skála a hotelový resort Sen v Senohrabech. V portfoliu společnosti jsou také 3 hotely na Slovensku a to v Bratislavě, Trenčianských Teplicích a ve Vysokých Tatrách.

Nedílnou součástí této společnosti je incomingová cestovní kancelář, která v loňském roce dopravila do České republiky přes 380 tisíc turistů. Společnost má také vlastní kongresové oddělení, které se zabývá zabezpečením kompletních služeb pro kongresy, konference a incentívni akce. Mezi nejvýznamnější realizované akce patří organizace kongresu EASL s 3500 účastníky, kompletní zajištění ubytování pro Mistrovství světa v ledním hokeji 2004 nebo každoroční organizace Evropského týdne jakosti. Zabezpečení významných gastronomických akcí má na starosti EA Culinary Team, který zabezpečoval VIP catering na letní olympiádě v Pekingu 2008, České dny v Číně a dny české kuchyně v Paříži, Limě a Taškentu.

Společnost EuroAgentur Hotels & Travel a.s. je nositelem osvědčení za kvalitu poskytovaných služeb v cestovním ruchu - značky Czech Made - udělované Sdružením pro cenu České republiky za jakost. Osvědčení bylo společnosti uděleno jako jedinému subjektu v oblasti cestovního ruchu několik let po sobě.

Sídlo společnosti se nachází na Václavském náměstí 41, Praha 1, ředitelství se nachází na adrese: Na Královce 31/4 , 110 00 Praha 10. Realizační tým společnosti tvoří v současné době cca 400 zaměstnanců z mnoha různých profesí.

Obrázek 1: Logo společnosti EuroAgentur Hotels & Travel a.s.



zdroj: EuroAgentur Hotel s & Travel a.s.

Název firmy: EuroAgentur Hotels & Travel a.s.

Provozovna: hotel Churáňov***

IČO: 27361861

DIČ: CZ27361861

Sídlo firmy: Václavské náměstí 820/41, 110 00 Praha 1

Sídlo provozovny: hotel Churáňov, Zadov 13, 384 73 Stachy

Webové stránky: <http://www.hotelchuranov.cz/>

4.1 Poskytované služby

Zcela nekuřácký hotel nabízí svým hostům ubytování v celkem 56 pokojích s celkovou ubytovací kapacitou 116 lůžek. Kromě ubytování hotel svým hostům nabízí také stravovací a relaxační služby (fitness, sauna, masáže, pedikúra, manikúra a kosmetika). V celém objektu je hostům k dispozici bezplatné Wi-Fi. Parkování je zajištěno na velkém hotelovém parkovišti bez poplatku. V recepci hotelu je zajištěn prodej pohledů, známek, skipasů, hygienických potřeb a upomínkových předmětů. Je zde také možné zapůjčit si různé společenské hry, pétanque, badminton apod. Hotel svým hostům nabízí také mnoho dalších služeb např. sekretářské služby, praní a žehlení prádla, zprostředkování taxi služby

a transferů, úschovnu zavazadel apod. Dále je v hotelu hostům k dispozici stolní tenis, šipky, kulečnick, stolní fotbal, Nintendo Wii a pro nejmenší hosty se v relaxační části hotelu nachází dětský koutek. Hotelová restaurace zajišťuje stravování nejen pro ubytované hotelové hosty, ale všem zákazníkům nabízí teplá jídla po celý den. Hotel poskytuje široké spektrum gastronomických služeb dle přání zákazníků, např. stravování formou polopenze, plné penze, slavností bankety, rauty, hostiny, cofeebreaky apod. EA hotel Churáňov nabízí svým hostům také různé zvýhodněné pobytové balíčky. Zákazník si tak může kromě samotného ubytování zakoupit i další nabízené služby. Pobytové balíčky jsou v současné době velice poptávané a dostávají se stále více do popředí zájmu klientů.

4.1.1 Ubytovací služby

Hotel má k dispozici celkem 56 pokojů, z toho je 38 pokojů dvojlůžkových, 10 rodinných, 3 třílůžkové, 3 standardní apartmá, 1 luxusní apartmá a 1 mezonetové apartmá. Cena za ubytování se pohybuje v cenovém rozmezí 480 – 980 Kč za osobu na noc a je závislá na zvoleném typu pokoje a termínu pobytu. Detailní ceník ubytování je uveden v příloze 1. Na hotelu si mohou hosté zapůjčit dětskou postýlku zdarma, pobyt domácího mazlíčka je za příplatek 150 Kč za noc.

Dvojlůžkové pokoje jsou o velikosti 20 m², každý pokoj má dvě samostatná lůžka nebo jedno manželské lůžko, dva noční stolky, šatní skříň, psací stůl, židli, TV, telefon s přímou provolbou, koupelnu se sprchovým koutem, vlastní sociální zařízení. Na některých dvojlůžkových pokojích je možnost přidání přenosného třetího lůžka.

Rodinné pokoje o velikosti 40 m² poskytují ubytování pro 4 osoby, představují vlastně dva dvojlůžkové pokoje propojené spojovacími dveřmi, které se dají uzamykat, takto lze z jednoho rodinného pokoje vytvořit dva samostatné dvojlůžkové pokoje. Na rodinných pokojích jsou k dispozici dvě samostatná lůžka a jedno manželské lůžko, čtyři noční stolky, dvě šatní skříně, psací stůl, dvě židle, dvě TV, telefon s přímou provolbou, dvě koupelny se sprchovým koutem dvě vlastní sociální zařízení.

Třílůžkové pokoje o velikosti 27 m² poskytují ubytování pro 3 osoby, jsou vybaveny jedním manželským lůžkem a jedním samostatným lůžkem, tři noční stolky, šatní skříň, psací stůl, židli, TV, telefon s přímou provolbou, koupelnu se sprchovým koutem, vlastní sociální zařízení.

Standardní apartmá o velikosti 30 m² se skládá ze dvou místností – ložnice s manželským lůžkem, obývací pokoj s rozkládací pohovkou, obývací stěnou, lednicí, psacím stolem, židli, TV, telefonem s přímou provolbou, koupelnu se sprchovým koutem, vlastní sociální zařízení.

Luxusní apartmá o velikosti 42 m² se skládá ze tří místností – ložnice s manželským lůžkem, obývací pokoj s rozkládací pohovkou, obývací stěnou, TV, telefonem s přímou provolbou, vstupní hala s šatní skříň, botníkem, lednicí, psacím stolem, židli. Tento pokoj je jediný, který je vybaven koupelnou s vanou a vlastním sociálním zařízením.

Mezonetové apartmá o velikosti 50 m² nabízí ubytování pro 3 – 5 osob, v dolní části je k dispozici velká kuchyň vybavená jídelním stolem se židlemi, elektrickým sporákem, horkovzdušnou troubou a lednicí. V obývacím pokoji se nachází rozkládací rohová sedací souprava, obývací stěna, TV, telefon s přímou provolbou, šatní skříň a také vestavná šatna. V horním patře přístupném po schodech z obývacího pokoje se nachází ložnice s manželským lůžkem a nočními stolky. Také v mezonetovém apartmá je k dispozici koupelna se sprchovým koutem, vlastní sociální zařízení.

4.1.2 Stravovací služby

Hotelová restaurace disponuje kapacitou 104 míst k sezení a je otevřena denně od 11:00 do 22:00 hodin. Na jídelním lístku naleznou hosté pestrou nabídku různých druhů mas, ryb, bezmasých pokrmů a dětských jídel. Na nápojovém lístku jsou zastoupeny nealkoholické i alkoholické nápoje. Za příznivého počasí je součástí hotelové restaurace také venkovní terasa, kde se zákazníkům naskýtá výhled do údolí. V prostoru před hotelovou restaurací se nachází kavárna s barem, kde je k dispozici 50 míst k sezení. K dispozici je zde také kulečník, šipky a stolní fotbal.

4.1.3 Wellness služby

Z doprovodných hotelových služeb nabízí hotel svým zákazníkům možnost využití posilovny, sauny, masáží, kosmetiky, manikúry, pedikúry. Zákazníky nejčastěji využívanou službou je sauna a následně nabídka masáží. Posilovna hotelu Churáňov patří k prostorově větším posilovnám, splňuje tak i požadavky pro tréninky větších sportovních mužstev, například hokejových či fotbalových týmů. Posilovna je vybavena různými posilovacími stroji, které zajistí nabídku cviků pro posílení celého těla. Stroje byly odkoupeny při rekonstrukci hotelu z jednoho fitness centra z nedalekého města Vimperk, o jejich údržbu se v současnosti stará hotelový údržbář. Vstupné do posilovny je účtováno ve výši 50,-Kč za osobu na 1 hodinu. Sauna je umístěna na konci relaxační části hotelu Churáňov, kapacitně je určena pro maximálně 6 osob. Pro zchlazení je k dispozici multifunkční sprcha a ochlazovací vana. V odpočívací části jsou k dispozici plážová lehátka nebo ratanová sedací souprava s křesílky. Hotel nabízí saunu svým hostům k využití privátním způsobem, tento způsob využití hodnotí hosté pozitivně, o čemž svědčí zájem hostů, především v období zimních měsíců. Vstupné do sauny je 150,-Kč za osobu na 1 hodinu. Masáže v EA hotelu Churáňov zajišťuje externí masérka, objednávky masáží zpracovává hotelová recepce, která si následně potvrzuje poptávané termíny s masérkou. V současné nabídce jsou regenerační masáže, reflexní masáž nohou a aroma masáž. Ceny masáží se pohybují v cenovém rozmezí 360 Kč – 800 Kč, podrobný ceník je uveden v příloze č. 1. Kosmetiku zajišťuje externí profesionální kosmetička, v nabídce je základní ošetření pleti (vyčištění pleti, úprava obočí, ošetření pleťovou maskou) za cenu 550,-Kč. Manikúra a pedikúra patří také externě poskytovaným službám, v nabídce je klasická manikúra, p-shine manikúra, pedikúra s lakováním nehtů. Ceny za ošetření nehtů se pohybují v cenovém rozmezí 300 Kč – 450 Kč, dle zvolené varianty ošetření.

4.2 Analýza konkurence

V současné době je konkurence na trhu ubytovacích služeb opravdu velice vysoká, každé ubytovací zařízení musí každodenně bojovat se svou konkurencí tak, aby negativní dopady byly na jeho podnikání co nejmenší. V celé oblasti Šumava se nachází mnoho ubytovacích zařízení různých druhů kategorií, zákazník má na výběr opravdu ze širokého spektra, lze si zde pronajmout celé chaty a chalupy, přenocovat v kempech, v malých i velkých penzionech, rodinných hotelech nebo využít služeb velkých hotelových komplexů. V okolí horského střediska Zadov se nachází celá řada chat, penzionů a hotelů. Důležité je důkladně analyzovat hlavní konkurenty, je důležité znát jejich silné a slabé stránky. Následující charakteristika jednotlivých hlavních konkurentů je zaměřena zejména na tříhvězdičkové hotely, které nabízejí podobné služby a jejich škálou a kvalitou EA hotelu Churáňov silně konkurují. Mezi hlavní konkurenty jsem zařadila také jeden čtyřhvězdičkový hotel, který má svojí tříhvězdičkovou hotelovou dependanci.

Největšími konkurenty pro EA hotel Churáňov v oblasti Zadova jsou další dva sousední hotely – hotel Zadov a Sporthotel Olympia. Oba tyto hotely také patří do kategorie tříhvězdičkových hotelů a mají podobně velikou ubytovací kapacitu. Dalšími velkými konkurenty jsou hotel Elsyn Dvůr*** v Novém Doře, Hotel Srní**** a Hotel Srní dependance*** a hotel Klostermannova chata*** na Modravě. Všechny tyto hotely nabízejí také podobný rozsah poskytovaných služeb, které se liší pouze cenou a kvalitou poskytovaných služeb. Protože většina zákazníků se dnes orientuje především podle nabízené ceny, všichni místní hoteliéři jsou nuceni velice pečlivě sledovat činnost své konkurence a snažit se na ni včas reagovat a přizpůsobit se aktuálnímu dění na trhu. Největší rivalita mezi těmito konkurenty nastává u větších skupinových poptávek, kdy probíhají výběrová řízení, při nichž firmy osloví obvykle všechny hotely v poptávané lokalitě. Hoteliér pak musí podat takovou nabídku, aby byla v porovnání s konkurencí tou nejzajímavější. Ne vždy je přitom nejdůležitější být nejlevnější, protože rozsah služeb a hlavně jejich kvalita je pro mnohé firmy důležitým faktorem a jsou ochotny za ni zaplatit.

4.2.1 Hotel Zadov***

Hotel Zadov se nachází v těsném sousedství EA hotelu Churáňov, hostům nabízí ubytování ve dvojlůžkových, třílůžkových a čtyřlůžkových pokojích a třech apartmá, s celkovou ubytovací kapacitou 185 lůžek. Všechny pokoje jsou vybaveny stylovým nábytkem, vlastním sociálním zařízením, telefonem a TV. Cena ubytování se pohybuje v rozmezí 700 – 950 Kč za osobu na noc včetně snídaně. Pokoj s výhledem do údolí je za příplatek 100 Kč za den, zapůjčení dětské postýlky za příplatek 100 Kč za pobyt, pobyt domácího mazlíčka za cenu 200 Kč za pobyt. Detailní ceník ubytování je uveden v příloze č. 3. Hotelová restaurace je pro zákazníky otevřena denně, v nabídce jsou pokrmy, které jsou vytvářeny na základě sezónní dostupnosti. Součástí hotelové restaurace je venkovní terasa s výhledem do údolí a bar s širokou nabídkou alkoholických a nealkoholických nápojů a míchaných drinků. Hotelová restaurace nabízí možnost stravování formou polopenze za cenu 150 Kč za osobu na den nebo plné penze za cenu 270 Kč za osobu na den. Hostům je k dispozici parkoviště za poplatek 35,-Kč za den. Hosté si také mohou vybrat z dalších hotelových služeb jako je sauna, vířivka, masáže. Hotelová sauna je určena pro maximálně 8 osob, cena je 600,-Kč za hodinu bez ohledu na počet osob. Vířivka pojme kapacitně 6 osob, ale lze si ji zarezervovat i privátně, cena je 750 Kč za hodinu bez ohledu na počet osob. Z široké nabídky masáží si lze zvolit např. klasickou masáž, medovou masáž, indickou masáž hlavy, masáž chodidel, omlazovací masáž obličeje nebo masáž lávovými kameny, cenové rozmezí je 700 – 760 Kč za masáž v délce 30 minut a 1380 Kč za masáž v délce trvání 1 hodina, podrobný ceník je uveden v příloze č. 2. Hosté si také v hotelu mohou zapůjčit hole na Nordic Walking za cenu 50 Kč za den, horké kolo za cenu 200 Kč za den nebo silniční či terénní koloběžku za cenu 300 – 400 Kč za den.

Obrázek 2 – Výhody a nevýhody hotelu Zadov oproti EA hotelu Churáňov

výhody	nevýhody
<ul style="list-style-type: none">- vyšší kapacita lůžek- pronájem tanečního sálu- širší nabídka wellness - více druhů masáží, vířivka- půjčovna kol, koloběžek a holí na Nordic Walking- nižší cena příplatku za pobyt domácích mazlíčků	<ul style="list-style-type: none">- vyšší cena za ubytování- zpoplatněné parkování- příplatek za výhled do údolí- příplatek za dětskou postýlku- vyšší cena masáží- chybí posilovna

zdroj: vlastní zpracování

4.2.2 Sporthotel Olympia***

Sporthotel Olympia se nachází přímo u areálu běžeckých tratí a je tak preferován zejména sportovními kluby, svým hostům nabízí ubytování v jednolůžkových a dvojlůžkových pokojích a čtyřlůžkových apartmá, s celkovou ubytovací kapacitou 99 lůžek. Všechny pokoje jsou vybaveny stylovým nábytkem, vlastním sociálním zařízením a TV. Cena ubytování se pohybuje v rozmezí 580 – 820 Kč za osobu na noc včetně snídaně, příplatek za pokoj s balkonem je 50 Kč za den. Detailní ceník ubytování je uveden v příloze č. 3. Hotelová restaurace je pro zákazníky otevřena denně, v nabídce jsou převážně pokrmy české kuchyně, nechybí ani nabídka vegetariánských pokrmů a pokrmů pro nejmenší hosty. Restaurace nabízí možnost stravování formou polopenze za cenu 160 Kč za osobu na den. Součástí hotelové restaurace je venkovní terasa a hotelový bar s hernou, kde si hosté mohou zahrát šipky, kulečnick a stolní fotbal. U hotelu je hostům k dispozici bezplatné parkoviště. Hosté si také mohou vybrat z dalších hotelových služeb jako je posilovna, sauna, infrasauna, vířivka, masáže nebo zapůjčení holí na Nordic Walking. Posilovna je k dispozici pouze pro hotelové hosty za cenu 50,- Kč za osobu na jednu hodinu, sauna je určena pro maximálně 10 osob, cena je 500,-Kč za hodinu bez ohledu na počet osob. Infrasauna je kapacitně pro 2 osoby, cena je 150,-Kč za osobu na jednu hodinu. Vířivka pojme kapacitně 8 osob, ale lze si ji rezervovat i privátně, cena je 500,-Kč za hodinu bez ohledu na počet osob. Nabídka masáží obsahuje základní druhy relaxačních masáží, lze si zvolit masáž zad a šíje, masáž celého těla nebo reflexní masáž nohou. Cenové rozmezí masáží je 250– 500 Kč. V hotelové recepci si mohou hoteloví hosté zdarma zapůjčit hole na Nordic Walking.

Obrázek 3 – Výhody a nevýhody Sporthotelu Olympie oproti EA hotelu Churáňov

výhody	nevýhody
- poloha u běžeckého stadionu, turistických tras	- nižší kapacita lůžek
- širší nabídka wellness - infrasauna, vířivka	- umístění mezi stromy, chybí výhled do údolí
- možnost zapůjčení holí na Nordic Walking	- horší vzhled pokojů

zdroj: vlastní zpracování

4.2.3 Hotel Elsyn Dvůr***

Hotel Elsyn Dvůr se nachází v Novém Dvoře, který je vzdálený 1 km od lyžařského střediska Zadov. Elsyn Dvůr je hotelové zařízení tříhvězdičkového typu, které poskytuje ubytovací kapacitu cca 70 lůžek, v uspořádání od jednoduchých pokojů až po plně vybavené apartmány. Všechny pokoje jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením, televizorem, ledničkou, telefonem s přímou volbou a přímým internetovým připojením s možností připojení PC. Apartmány jsou dvoupokojové s balkonem (vyjma přízemí), včetně kuchyňských linek. Cena ubytování se pohybuje v rozmezí 510 –750 Kč za osobu na noc včetně snídaně. Detailní ceník ubytování je uveden v příloze č. 4. Zapůjčení dětské postýlky je zdarma, pobyt domácího mazlíčka není povolen. Hotelová restaurace je pro zákazníky otevřena denně od 10:00 do 22:00 hodin, v nabídce jsou především staročeské pokrmy. Hotelová restaurace nabízí možnost stravování formou polopenze za cenu 80 Kč za osobu na den. Součástí hotelové restaurace je celoročně zastřešená terasa s výhledem na Zadov a Javorník. U hotelu je hostům k dispozici bezplatné hotelové parkoviště. Z dalších hotelových služeb mohou hosté navštívit kvalitní fitness firmy Kettler, vybavené zařízením s relaxačními a posilovacími programy, samostatnou místnost se stoly na stolní tenis a stolní fotbal, dětský koutek, krytý bazén, venkovní dětské hřiště, tenisový kurt, hřiště na nohejbal a volejbal, venkovní ohniště nebo si zvolit z nabídky vyjížděk na koních. Všechny tyto služby, kromě vyjížděk na koních, jsou pro ubytované hosty poskytovány zdarma.

Obrázek 4 –Výhody a nevýhody hotelu Elsyn Dvůr oproti EA hotelu Churáňov

výhody	nevýhody
<ul style="list-style-type: none">- moderní vzhled - objekt postaven v roce 2005- lepší vzhled pokojů- využití krytého bazénu- sportovní zázemí - tenis, hřiště na nohejbal- venkovní dětské hřiště- koně na pozemku u hotelu - možnost vyjížděk	<ul style="list-style-type: none">- nižší kapacita lůžek- větší vzdálenost od lyžařského areálu- chybí nabídka masáže, sauna- nelze ubytování s domácími mazlíčky

zdroj: vlastní zpracování

4.2.4 Hotel Srní a depandace Srní

Hotel Srní a depandace Srní se nachází na okraji malebné obce Srnína Šumavě v srdci národního parku a patří k nejlépe vybaveným zařízením tohoto typu v dané lokalitě. Hotel Srní**** s celkovou ubytovací kapacitou 200 lůžek disponuje 93 pokoji ve dvou propojených budovách A a B. Nabízí pokoje dvoulůžkové, dvoulůžkové s přistýlkou a pokoje typu suite. Jako jediný hotel na Šumavě má klasický plavecký bazén. Všechny pokoje po celkové rekonstrukci, která proběhla v roce 2011, jsou vybaveny koupelnou se sprchou nebo vanou, sociálním zařízením, fénem, minibarem, TV, sejfem, telefonem. Cena ubytování se pohybuje v rozmezí 810 – 1270 Kč za osobu na noc včetně snídaně. Zapůjčení dětské postýlky je zdarma, pobyt domácího mazlíčka je možný za poplatek 250 Kč za noc. Detailní ceník ubytování je uveden v příloze č. 5. Hotelová restaurace je pro zákazníky otevřena denně od 11:00 do 22:00 hodin, v nabídce jsou pokrmy české i mezinárodní kuchyně. Součástí hotelové restaurace venkovní terasa a lobby bar. Hotelová restaurace nabízí možnost stravování formou polopenze za příplatek 300 Kč za osobu na den.

Hotel Srní depandace*** (dříve hotel Šumava) je od hlavní budovy vzdálený cca 200 m, objekt byl v roce 2013 částečně zrekonstruován. Hostům je k dispozici 46 pokojů s ubytovací kapacitou 94 lůžek. Převážně dvojlůžkové pokoje jsou účelně vybaveny, každý pokoj má koupelnou s vanou nebo sprchou a vlastním sociálním zařízením, TV a telefonem. Cena ubytování se pohybuje v rozmezí 620 – 1030 Kč za osobu na noc včetně snídaně. Detailní ceník ubytování je uveden v příloze č. 5. I zde je hostům k dispozici hotelová restaurace a venkovní terasa.

Hostům hotelu Srní i depandace je k dispozici hotelové parkoviště za poplatek 50 Kč za den. Z dalších hotelových služeb mohou hoteloví hosté zdarma využít bazén, saunu, parní kabinu, stolní tenis a dětskou hernu. Z placených služeb mohou hosté využít bowling nebo si zvolit některou z nabídky masáží. V hotelu jsou k dispozici dvě bowlingové dráhy, cena pronájmu jedné dráhy je 300 Kč za hodinu. Z široké nabídky masáží si lze zvolit např. relaxační masáž, medovou masáž, antistresovou masáž, reflexní masáž nohou, aromamasáž, čokoládovou masáž nebo masáž lávovými kameny, cenové rozmezí je

390 – 690 Kč za masáž v délce 20 - 30 minut a 1200 Kč za masáž v délce trvání 80 minut, podrobný ceník je uveden v příloze č. 5.

Obrázek 5 –Výhody a nevýhody hotelu Srní a depandace oproti EA hotelu Churáňov

výhody	nevýhody
<ul style="list-style-type: none"> - vyšší kapacita lůžek - lepší vybavenost a vzhled pokojů v hotelové části**** - využití plaveckého bazénu - širší nabídka masáží - bowling v hotelu 	<ul style="list-style-type: none"> - vyšší cena za ubytování - horší vzhled pokojů v části depandace*** - chybí posilovna - vyšší příplatek za pobyt s domácími mazlíčky

zdroj: vlastní zpracování

4.2.5 Hotel Klostermannova chata***

Hotel Klostermannova chata se nachází na Modravě, byl vystaven již v roce 1924 Klubem českých turistů a jedná se o kulturní památku. Hotel nabízí ubytování ve dvojlůžkových a apartmánech. Všechny pokoje jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením, TV a telefonem. Cena ubytování se pohybuje v rozmezí 655 – 930 Kč za osobu na noc včetně snídaně. Zapůjčení dětské postýlky je zdarma, pobyt domácího mazlíčka za cenu 220 Kč za pobyt. Detailní ceník ubytování je uveden v příloze č. 6. Hotelová restaurace je pro zákazníky otevřena denně, na jídelním lístku je rozmanitá nabídka pokrmů a hosté si zde vyberou i z tradičních staročeských pokrmů. U hotelu je hostům k dispozici bezplatné parkoviště. Z dalších služeb je hostům k dispozici sauna a bowling. Hotelová sauna je určena pro maximálně 5 osob, cena je 300,-Kč za hodinu. Na bowling jsou zde k dispozici dvě bowlingové dráhy, cena pronájmu jedné dráhy je 300 Kč za hodinu.

Obrázek 6 –Výhody a nevýhody hotelu Klostermannova chata oproti EA hotelu Churáňov

výhody	nevýhody
<ul style="list-style-type: none"> - jedinečný vzhled historické budovy - kulturní památka - dobrá poloha v centru NP Šumava - bowling v hotelu - venkovní dětské hřiště 	<ul style="list-style-type: none"> - vyšší cena za ubytování - vyšší příplatek za pobyt s domácími mazlíčky - chybí posilovna - chybí nabídka masáží

zdroj: vlastní zpracování

4.2.6 Porovnání poskytovaných služeb

Při porovnání nabídky služeb jednotlivých objektů lze zjistit, že všechny porovnávané hotely poskytují takřka stejné spektrum ubytovacích a stravovacích služeb, tyto služby se odlišují pouze nepatrnými rozdíly v typech a velikosti pokojů. Samozřejmě je při volbě ubytovacího zařízení důležitá kvalita poskytovaných služeb a cena, za kterou si lze službu pořídit. Pokud však zákazník ještě nemá osobní zkušenost s daným ubytovacím zařízením, bude pro něj také určitě velice důležitým vodítkem hodnocení hotelu jinými zákazníky. Jedním z velice uznávaných zdrojů pro poskytování recenzí zákazníků je zcela nepochybně webový server TripAdvisor.com, který je označován za největší světový cestovní web. Na tomto portálu může uživatel hodnotit nejen ubytovací zařízení, ale i restaurace, kulturní akce, divadelní představení, sportovní aktivity, pláže a další. Velikou výhodou je, že zde může svoji recenzi zveřejnit úplně každý, bez podmínky konkrétní rezervace v daném zařízení. Pro přidání recenze stačí bezplatně si založit profil na zmíněném webu. Na tomto serveru se nacházejí v lokalitě Stachy – Zadov všechny tři posuzované hotely z této lokality, EA hotel Churáňov je přitom v popředí hodnocení.

Dalším, mezi zákazníky asi nejznámějším webovým serverem je Booking.com, jedná se o portál, který zprostředkovává ubytování v hotelech, penzionech a jiných ubytovacích zařízeních pomocí online rezervací. Booking.com není pouze zprostředkovatelem ubytování, ale také velice vyhledávaným zdrojem recenzí ubytovacích zařízení, protože zde mohou ubytovací zařízení hodnotit pouze zákazníci, kteří v daném objektu skutečně bydleli. Z výše uvedených šesti posuzovaných hotelů se na Booking.com prezentují pouze tři: EA hotel Churáňov s aktuálním hodnocením 7,9 (dobré), Sporthotel Olympia s aktuálním hodnocením 6,5 (průměrné) a Hotel Srní s aktuálním hodnocením 7,9 (dobré).

Dalším, zcela jistě rozhodujícím faktorem je při výběru ubytovacího zařízení pro zákazníka rozsah doprovodných hotelových služeb. Zejména na tyto služby je v současné době kladen veliký důraz a mnoho hotelů se snaží nabízet co nejpestřejší nabídku těchto služeb, jak je patrné i z celkového porovnání největších konkurentů EA hotelu Churáňov. Z porovnání je zřejmé, že mnoho hotelů rozšířilo svoji nabídku wellness služeb, zejména o široké spektrum druhů masáží, vířivku nebo bazén, protože se jedná se o hosty velice poptávané a následně využívané služby.

Obrázek 7 - Přehled poskytovaných služeb jednotlivými hotely

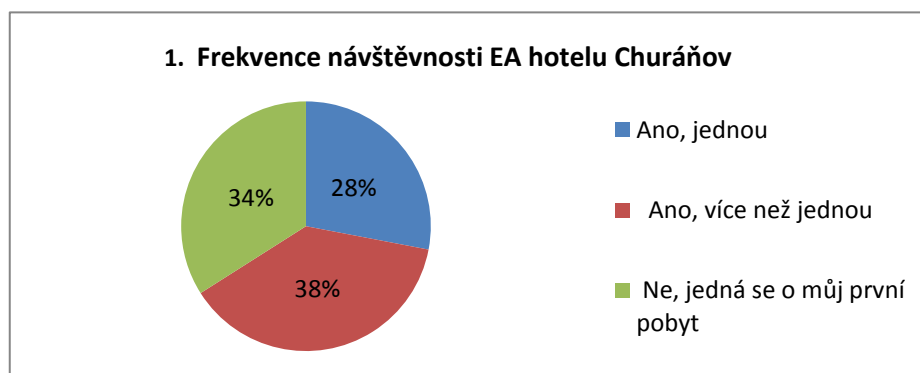
	ubytování	snídaně	polopenze	restaurace	posilovna	masáže	sauna	vířivka	bazén	bowling	stolní tenis	tenis
EA hotel Churáňov***	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	X	-
hotel Zadov***	X	X	X	X	-	X	X	X	-	-	X	-
Spothotel Olympia***	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	X	-
hotel Elsyn Dvůr***	X	X	X	X	X	-	-	-	X	-	-	X
hotel Srní**** a Srní depandace***	X	X	X	X	-	X	X	-	X	X	X	-
hotel Klostermannova chata****	X	X	-	X	-	-	X	-	-	X	-	-

zdroj: vlastní zpracování

4.3 Spokojenost zákazníků se službami v EA hotelu Churáňov

Pro zjištění spokojenosti zákazníků s kvalitou aktuálně nabízených služeb a pro zjištění o jakou další službu by měli zákazníci zájem, bylo využito získávání dat pomocí dotazníkového šetření mezi hotelovými hosty. Výsledky jsou zaznamenány v následujících grafech. V grafu číslo 1 je zobrazena frekvence návštěvnosti EA hotelu Churáňov, celkem 38 % respondentů uvedlo, že již v minulosti byli v EA hotelu Churáňov ubytováni více než jednou, 28 % respondentů uvedlo, že se jedná o jejich opakovaný pobyt a že v hotelu bydlelo již jednou a 34 % respondentů uvedlo, že se jedná o jejich první pobyt.

Graf 1: Frekvence návštěvnosti

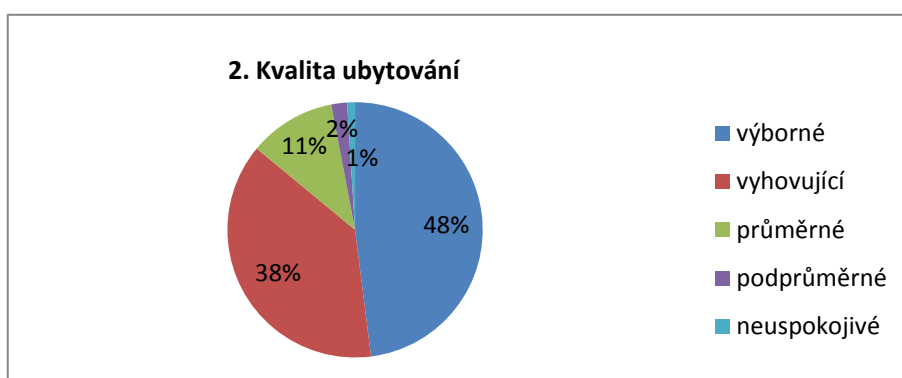


Zdroj: Vlastní zpracování

Spokojenost respondentů s kvalitou ubytování lze vidět v grafu číslo 2. Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že kvalitu ubytování považuje 48 % respondentů za výbornou, 38 % respondentů za vyhovující, 11 % respondentů jako průměrnou, 2 % respondentů za podprůměrnou a 1 % respondentů ji označilo jako neuspokojivou. Celkově

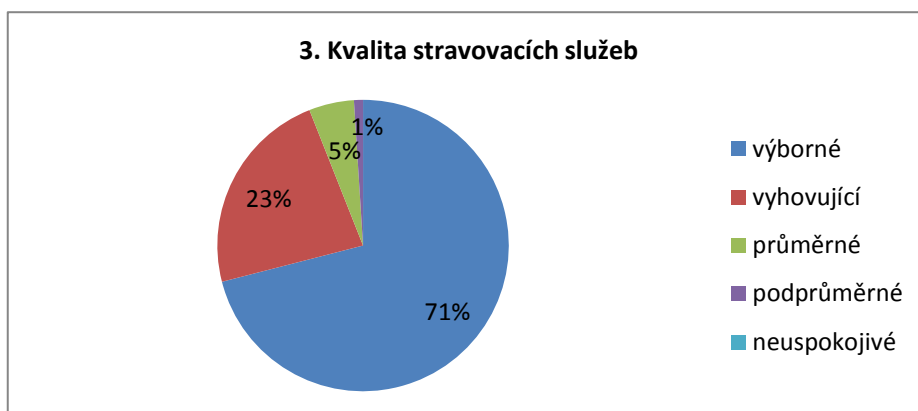
tedy převládá kladné hodnocení kvality poskytovaného ubytování. Pro vedení hotelu bude velice důležité si vysokou úroveň poskytovaných ubytovacích služeb do budoucna zachovat, stejně tak vysokou kvalitu stravovacích služeb. Z grafu číslo 3 je patrné, že respondenti vnímají také stravovací služby jako velice kvalitní. Celkem 71 % respondentů označilo úroveň stravování jako výbornou, 23 % respondentů jako vyhovující, 5 % respondentů jako průměrnou, 1% respondentů jako podprůměrnou, variantu neuspokojivé neoznačil žádný z respondentů.

Graf 2: Kvalita poskytovaných služeb - ubytování



Zdroj: Vlastní zpracování

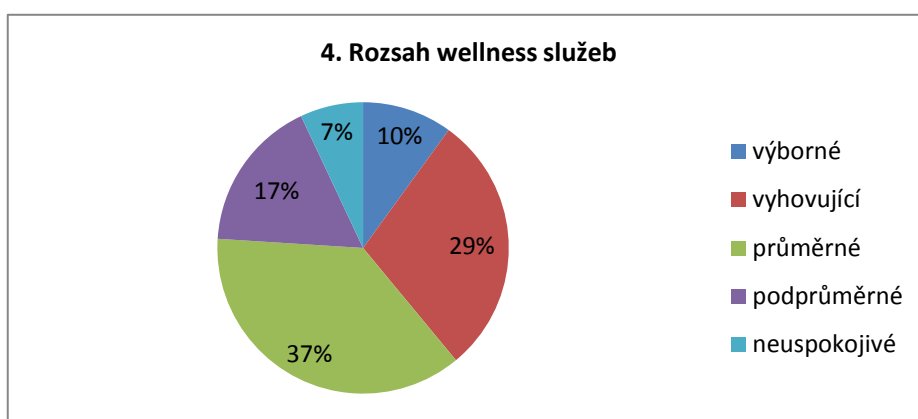
Graf 3: - Kvalita poskytovaných služeb - stravování



Zdroj: Vlastní zpracování

Jak je patrné z grafu číslo 4 rozsah poskytovaných wellness služeb označilo 10 % respondentů jako výborné, 29 % respondentů uvedlo hodnocení vyhovující, 37 % respondentů uvedlo hodnocení průměrné, 17 % respondentů uvedlo hodnocení podprůměrné a 7 % respondentů ohodnotilo rozsah poskytovaných služeb jako neuspokojivé. Z tohoto hodnocení je patrné, že rozsah poskytovaných wellness služeb je pro většinu respondentů ve srovnání s ubytovacími a stravovacími službami spíše průměrný a v této oblasti má hotel možné rezervy pro využití do budoucna.

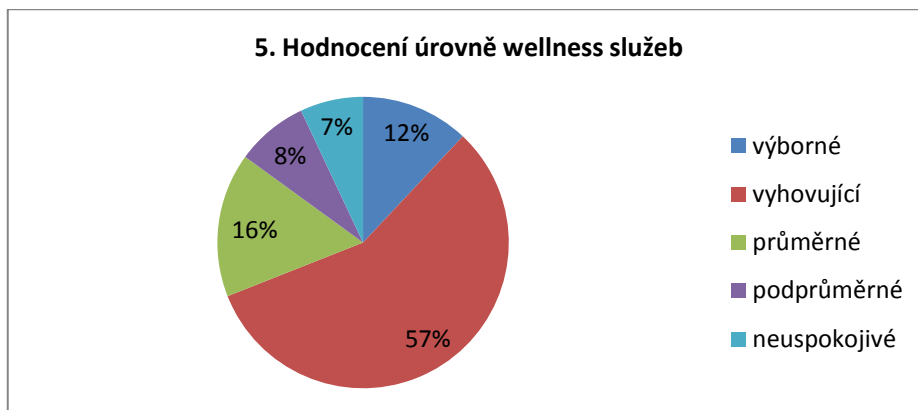
Graf 4: Rozsah wellness služeb



Zdroj: Vlastní zpracování

Hodnocení úrovně poskytovaných wellness služeb je znázorněno v grafu číslo 5. Z celkového počtu 252 respondentů ohodnotilo 12 % respondentů úroveň těchto služeb za výbornou, 57 % za vyhovující, 16 % za průměrnou, 8 % za podprůměrnou a 7 % za neuspokojivou. Na základě těchto výsledků lze říci, že poskytovaná úroveň wellness služeb je dobrá, více jak polovina dotazovaných ji ohodnotila jako vyhovující, nicméně i v této oblasti by se dalo do budoucna hodnocení ještě vylepšit.

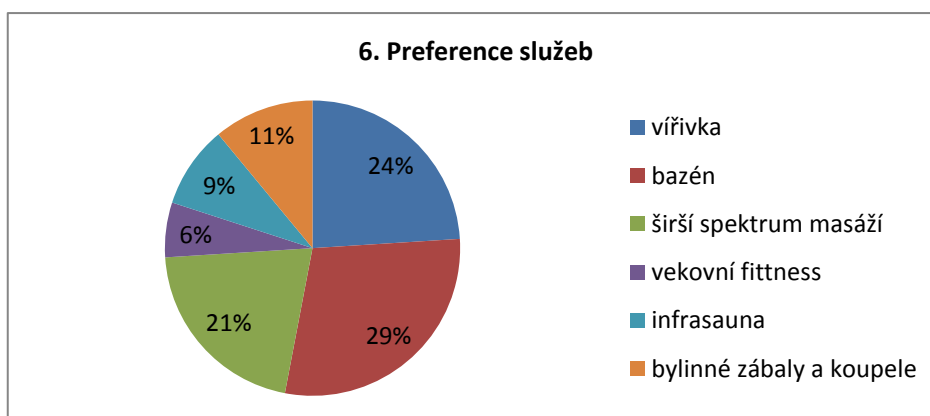
Graf 5: Hodnocení úrovně wellness služeb



Zdroj: vlastní zpracování

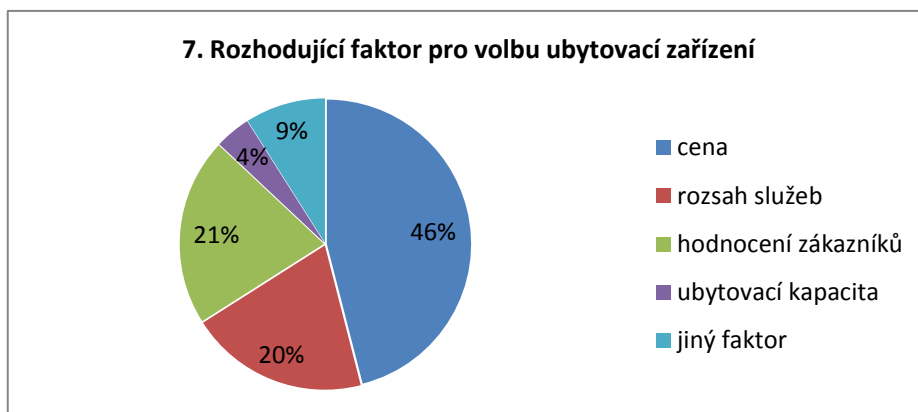
V grafu číslo 6 jsou zobrazeny služby, o které by měli návštěvníci EA hotelu Churáňov zájem při uvažovaném rozšíření wellness služeb. Největší zájem by měli respondenti o výstavbu bazénu, vířivku a pestřejší nabídku masáží. Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že respondenti nejčastěji volí ubytovací zařízení podle ceny (tuto skutečnost uvedlo celkem 46 % respondentů). Dalšími důležitými kritérii při výběru ubytovacího zařízení jsou hodnocení zákazníků a rozsah poskytovaných služeb. Za méně důležité pak respondenti považují velikost objektu popřípadě nějaký jiný faktor.

Graf 6: Preference služeb



Zdroj: Vlastní zpracování

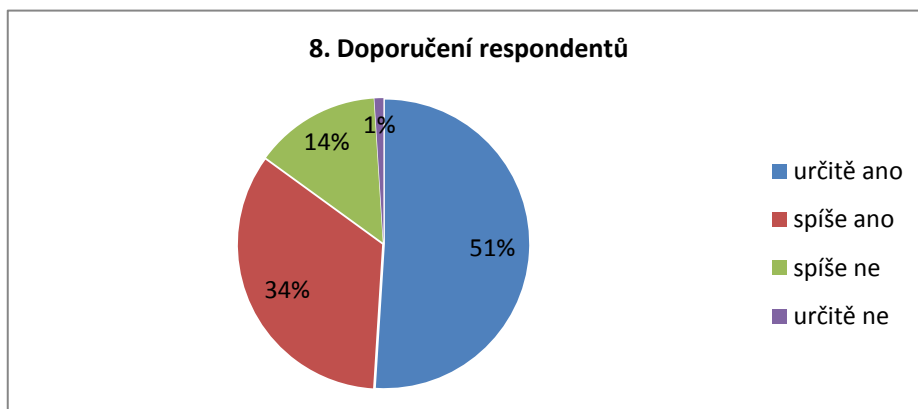
Graf 7: Rozhodující faktor



Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě výsledků z dotazníkového šetření lze konstatovat, že hotel má široké spektrum spokojených zákazníků, kteří budou hotel dále doporučovat svým přátelům a známým. Toto je pro velice pozitivní jev, na základě kterého si hotel může do budoucna rozšířit spektrum své stálé klientely, to je pro udržení si výhodné pozice na trhu velice důležité. Jak je patrné z grafu číslo 8 celkem 85 % respondentů uvedlo, že by EA hotel Churáňov svým známým doporučilo.

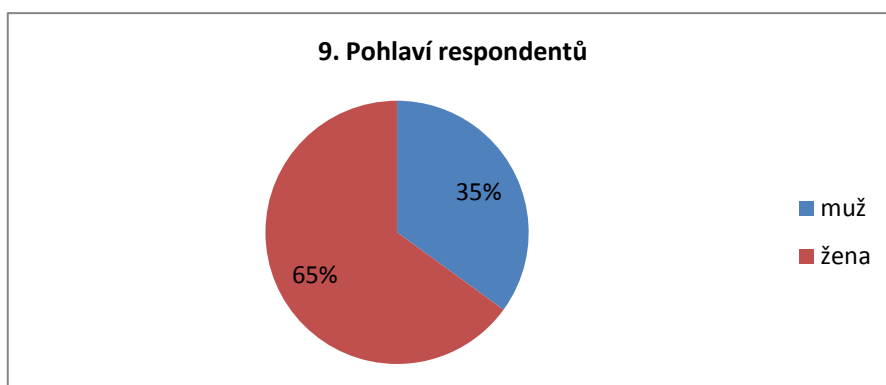
Graf 8: Doporučení respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

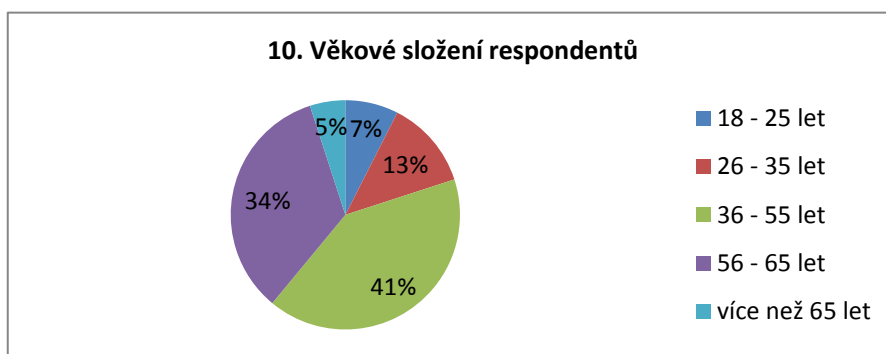
Z grafu číslo 9 je patrné, že dotazníkového šetření se zúčastnilo 65 % žen a 35% mužů. Tento výsledek nemusí být zcela jasně identifikovatelný, může vyjadřovat to, že ženy jsou převažujícím počtem zákazníků hotelu, ale také může znamenat to, že při pobytu v hotelu, jsou ženy více ochotné odpovídat a vyjadřovat svůj názor.

Graf-9: Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 10: Věkové složení respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě jednotlivých odpovědí z dotazníkového šetření lze konstatovat, že EA hotel Churáňov navštěvuje zejména klientela tzv. střední věkové kategorie, 75 % dotazovaných respondentů patřilo do věkové kategorie 36 – 65 let, jak je patrné z grafu číslo 10. Toto zjištění je velice důležité při plánování a tvorbě akčních nabídek a pobytových balíčků, které by mělo vedení hotelu do budoucna zaměřit právě na tuto věkovou kategorii potenciálních zákazníků. Celkově má hotel velice pozitivní hodnocení ubytovacích a stravovacích služeb, na základě spokojenosti klientů s těmito službami byl hotel schopný si

vybudovat svoji stálou klientelu, která se do hotelu opakovaně vrací a která může pro hotel představovat velice důležitý základ v celkové obsazenosti hotelu, celkem 66 % respondentů uvedlo, že se jedná o jejich opakovaný pobyt v EA hotelu Churáňov a 85 % respondentů uvedlo, že by hotel dále doporučilo svým přátelům a známým. Z výsledků je dále patrné, že i hosté, kteří navštívili hotel poprvé, mají převážně pozitivní dojem z tohoto ubytovacího zařízení a mohli by rozšířit řady potencionální stálé klientely hotelu. Bohužel ne zcela pozitivní je pak hodnocení respondentů v otázkách doptávajících se na spokojenost s rozsahem a úrovní poskytovaných wellness služeb. Rozsah těchto služeb vnímá nejvíce respondentů pouze jako průměrný a úroveň těchto služeb jako vyhovující, to sice není zrovna špatné hodnocení, ale vzhledem k tomu, že pouze 12 % respondentů označilo úroveň wellness služeb za výbornou, je zřejmé, že prostor pro vylepšení hodnocení do budoucna je zde značný a že hotel má v této oblasti poměrně veliké rezervy. Bylo by do budoucna vhodné usilovat o vylepšení nabídky a kvality právě těchto doprovodných služeb.

5 Návrh rozšíření služeb o bazén

Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že nejvíce respondentů by mělo zájem o vybudování bazénu. Vzhledem k vysoké nadmořské výšce 980 m., ve které se hotel nachází, není vhodné volit venkovní nevyhříváný a nezakrytý bazén. Tento typ bazénu se nedoporučuje stavět v místech s nadmořskou výškou vyšší než 450 m, bazén by mohl být v těchto klimatických podmínkách využíván pouze cca 20 dní za rok. Pro prodloužení sezóny venkovních bazénů se doporučuje využívat doplňkový zdroj tepelné energie a zakrytí vodní hladiny. Ve vysoké nadmořské výšce je však toto řešení zcela nerentabilní, protože náklady na doplňkový zdroj tepelné energie by byly příliš vysoké a pro provozní režim příliš náročné. Z tohoto důvodu by přicházela v úvahu pouze vnitřní varianta bazénu, konkrétně plastová konstrukce bazénu o velikosti 7 x 3 x 1,5 m v kombinaci s instalovaným protiproudem, kdy je tento typ bazénu vhodný i pro hotelový provoz.

5.1 Určení diskontní míry

Jako diskontní míru lze uvažovat například zhodnocení finančních prostředků uložení v bance, vzhledem k tomu, že bude celá investice financována z vlastního kapitálu společnosti, byla podniková diskontní míra určena na základě úrokové míry vhodné alternativní investice, konkrétně úrokové míry termínovaného vkladu v délce trvání 60 měsíců u společnosti Equa Bank ve výši 0,75 %, ke které byla připočtena riziková prémie ve výši 2 % a průměrná míra inflace ve výši 2,25 %. Podniková diskontní míra byla stanovena ve výši 5 % p.a.

5.2 Kapitálové výdaje

Pro usazení bazénu do vnitřních hotelových prostor bude potřeba zrealizovat velké stavební úpravy, protože v současně využívané relaxační části hotelu, není žádný dostatečně veliký prostor pro vybudování vnitřní varianty bazénu. Vhodný prostor není ani v žádné jiné aktuálně využívané hotelové části, tak, aby mohl být bazén vybudován a zpřístupněn hostům. Jako jediné případné možné řešení by přicházelo v úvahu zrušení

současné posilovny a umístění vnitřního bazénu do tohoto prostoru. Pro výpočet předběžných kapitálových výdajů byla použita cenová kalkulace k nákupu bazénu včetně příslušenství z on-line nabídky na stránkách www.chcibazen.cz, dále byla použita cenová kalkulace na stavební práce od společnosti Stavoplast KL, která s hotelem v průběhu roku opakovaně spolupracuje a zajišťuje stavební opravy, úpravy a různé servisní prohlídky.

Předpokládané kapitálové výdaje v Kč bez DPH:

Plastový bazén obdélníkový 7 x 3 x 1,5 m včetně příslušenství	164.185,-
Stavební úpravy, osazení bazénu, zapojení, uvedení do provozu	1 693.400,-
	<hr/>
	1 857 585,-

5.3 Odhad budoucích příjmů a provozních nákladů

Budoucí výnosy představují příjmy ze vstupného do bazénu. Hodinová sazba za použití bazénu byla stanovena na částku 100,-Kč za dospělou osobu a 50,- Kč za dítě ve věku od 3 do 10 let. Předpokládá se, že tyto částky budou konstantní po celou dobu životnosti investice, pokud se nijak výrazně nezvýší ceny elektrické energie a poplatků za vodné a stočné. Dále se předpokládá, že o uvedenou službu bude ze strany zákazníků značný zájem, na základě výsledků dotazníkového šetření se dá předpokládat, že by se průměrně mohlo jednat o 29 % ubytovaných hostů. Za rok 2016 bylo v EA hotelu Churáňov celkem ubytováno 21 558 hostů, z toho bylo 14 660 dospělých a 6 898 dětí ve věku od 3 do 10 let. Při uvažovaném 29 % zájmu ze strany ubytovaných klientů by za rok průměrně využilo službu 4 500 dospělých osob a 1 750 dětí ve věku od 3 do 10 let.

Obrázek 8 - Předpokládané výnosy v Kč bude-li bazén využíván 29 % hostů

Rok	cena na 1 hod./dosp.os	využití v hod.	cena 1 hod/dítě 3-10let	využití v hod.	celkový výnos
2017	100	209	50	53	23 550
2018	100	4500	50	1750	537 500
2019	100	4500	50	1570	537 500
2020	100	4500	50	1750	537 500
2021	100	4500	50	1750	537 500
2022	100	4500	50	1750	537 500

Zdroj: Vlastní zpracování

Dvě největší položky provozních nákladů činí spotřeba elektrické energie a spotřeba vody. Financování údržby bazénu není zrovna levnou záležitostí, provozní náklady představuje napouštění vody do bazénu a dopouštění vody v průběhu provozu, náklady na ohřev vody, provoz cirkulačního čerpadla a čerpadla protiproudu, náklady na chemické ošetření vody a náklady na údržbu a provoz technologické části. Dle zjištěných údajů byly roční provozní náklady na provoz bazénu odhadnuty ve výši 145.000,- Kč. V roce 2017 je počítáno s poměrnou částkou provozních nákladů za 1 měsíc provozu ve výši 13. 182,- Kč

5.4 Výpočet odpisů

Pořízení bazénu bude zařazeno do dlouhodobého hmotného majetku společnosti. Tento majetek se podle zákona z příjmů člení do šesti odpisových skupin, bazén spadá do čtvrté odpisové skupiny s dobou odpisování 20 let. Zákon dává možnost výběru způsobu odpisování – rovnoměrný způsob odpisování nebo zrychlený způsob odpisování. EuroAgentur Hotels & Travel a.s. bude uplatňovat odpisy rovnoměrné. Výpočet odpisů se provádí ze vstupní ceny majetku, která zahrnuje cenu bazénu, dopravu a montáž. Odepisování začíná následujícím měsícem po měsíci zařazení do provozu, odpisy budou probíhat od ledna 2018.

Obrázek 9 - Roční odpisová sazba pro hmotný majetek podle odpisové sazby ve 4. odpisové skupině

odpisová skupina	v prvním roce odpisování	V dalších letech odpisování	Pro zvýšenou vstupní cenu
4	2,15	5,15	5

Zdroj: Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů

Obrázek 10 - Stanovení rovnoměrných odpisů - bazén

Rok odpisování	Výpočet	odpis v Kč	zůstatková cena v Kč
2018	$164\,185 * 2,15 / 100$	3 530	160 655
2019	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	152 199
2020	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	143 743
2021	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	135 287
2022	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	126 831
2023	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	118 375
2024	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	109 919
2025	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	101 463
2026	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	93 007
2027	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	84 551
2028	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	76 095
2029	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	67 639
2030	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	59 183
2031	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	50 727
2032	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	42 271
2033	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	33 815
2034	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	25 359
2035	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	16 903
2036	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 456	8 447
2037	$164\,185 * 5,15 / 100$	8 447	0

Zdroj: Vlastní zpracování

5.5 Výpočet CASH FLOW a současné hodnoty CASH FLOW

Vzhledem k působení faktoru času mění peněžní toky svoji hodnotu, hodnota peněžní jednotky v budoucnu je nižší než hodnota peněžní jednotky dnes. Proto je velice důležitý přepočítání peněžní jednotky na současnou hodnotu za pomoci podnikové diskontní míry. Zaprvé se vypočítá zisk v jednotlivých letech životnosti investice, který se vypočte jako rozdíl mezi tržbami a náklady. Dále se vypočítá čistý zisk, ten představuje zisk ponížený o daň z příjmu, k čistému zisku se připočítají odpisy a následně tento peněžní tok převedeme na současnou hodnotu. Suma dílčích současných hodnot pak představuje celkovou současnou hodnotu cash flow. Životnost investice byla stanovena na časové období 6 let, vzhledem k tomu, že na toto období je uzavřena nájemní smlouva mezi majitelem hotelu a společností EuroAgentur Hotels & Travel a.s.

Obrázek 11 -Současná hodnota CF

Položka	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tržby	23 550	537 500	537 500	537 500	537 500	537 500
Náklady	13 182	145 000	145 000	145 000	145 000	145 000
Odpisy	0	3 530	8 456	8 456	8 456	8 456
Zisk před zdaněním	10 368	388 970	384 044	384 044	384 044	384 044
Daň	1 900	73 720	72 960	72 960	72 960	72 960
Čistý zisk	8 468	315 250	311 084	311 084	311 084	311 084
Odpisy	0	3 530	8 456	8 456	8 456	8 456
Cash flow	8 468	318 780	319 540	319 540	319 540	319 540
Současná hodnota CF	8 044,60	302 841,00	303 563,00	303 563,00	303 563,00	303 563,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Při výpočtu současné hodnoty cash flow je za rok 2017, tedy v prvním roce životnosti investice, uvažováno, že tržby stejně jako provozní náklady dosáhnou pouze na výši jednoho měsíce provozu, z důvodu zařazení investice do provozu až v prosinci 2017. Ve všech sledovaných letech nabývá cash flow kladných hodnot a firma dosahuje zisku.

5.6 Vybrané metody hodnocení efektivnosti investice

Metoda čisté současné hodnoty

$$\text{ČSH} = 1\,857\,785 - 1\,525\,137,60 = -\mathbf{332\,647,40}$$

Uvedený výsledek představuje čistý přínos investice. Vzhledem k tomu, že výsledek je záporný, lze říci, že hotelu nezaručuje požadovanou míru výnosnosti a proto lze zhodnotit investici jako nepřijatelnou a nelze ji doporučit k realizaci.

Index čisté současné hodnoty

$$\text{IČSH} = 1\,857\,785 / 1\,525\,137,60 = \mathbf{1,22}$$

Index čisté současné hodnoty je doplňkovou metodou k metodě čisté současné hodnoty, tato metoda nám říká, kolik Kč příjmu získáme z jedné vložené Kč. V případě, že bude

bazén využíván odhadovanými 29 % hotelových klientů při podobné obsazenosti hotelu, jako byla obsazenost v roce 2016, bude činit příjem z 1 vložené Kč částku 1,22 Kč. Na základě tohoto výsledku lze říci, že investiční projekt je přijatelný.

Metoda vnitřního výnosového procenta

VVP = - 4 %

Pro výpočet vnitřního výnosového procenta byla využita funkce Míra výnosnosti v Microsoft Excel. Hodnota vnitřního výnosového procenta je výrazně nižší než hodnota podnikové diskontní míry. Na základě tohoto výsledku tedy nelze investici považovat za přijatelnou.

Metoda doby návratnosti

Při této metodě se hledá taková doba, při které se kumulovaná hodnota cash flow bude rovnat výši kapitálových výdajů. Hledá se doba, za kterou se investice splatí z peněžních příjmů svých zisků.

Obrázek 12 - Výpočet kumulované hodnoty CF

Položka	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Současná hodnota CF	8 044,60	302 841,00	303 563,00	303 563,00	303 563,00	303 563,00
Kumulovaná hodnota CF	8 044,60	310 885,60	614 448,60	918 011,60	1 221 574,60	1 525 137,60

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky na obrázku 12 je patrné, že ke splacení investice nedojde v požadovaném období následujících šesti let od realizace, lze tedy konstatovat, že investice není pro hotel přijatelná. Na základě zjištěných údajů lze konstatovat, že by se pro společnost EuroAgentur Hotels & Travel a.s., která EA hotel Churáňov v současné době provozuje na základě nájemní smlouvy, jednalo o finančně nákladnou investici, která je pro nájemce v současné době nerentabilní a nelze je doporučit.

6 Návrh rozšíření služeb o vířivku

Jako druhou nejvíce požadovanou službu označili respondenti v dotazníkovém šetření vybudování vířivky. Tato investice by mohla být pro nájemce hotelu zajímavější variantou, než vybudování pevně usazeného bazénu, protože vířivou vanu lze později snadno odmontovat a přemístit kamkoli jinam. Nájemce by tak mohl v případě ukončení nájemní smlouvy v EA hotelu Churáňov, vířivku odmontovat a využít v nějakém jiném objektu, který provozuje. Jako optimální byla vybrána varianta prostorově úsporné vířivky pro 5 osob typ Kleopatra od společnosti Albixon, která by se svým rozměrem 220x220x90cm vešla do prostoru současné odpočívárny hotelové sauny. Tento prostor by po menších stavebních úpravách zcela odpovídal technickým i hygienickým požadavkům na provoz tohoto wellness zařízení. Pokud bude investice schválena, předběžný termín realizace byl stanoven na listopad 2017, kdy každoročně probíhá technická odstávka hotelu. Tato investice by byla financována výhradně z vlastního kapitálu společnosti, tedy z nerozděleného zisku předchozích let.

6.1 Určení diskontní míry

Jako diskontní míru lze uvažovat například zhodnocení finančních prostředků uložením v bance, vzhledem k tomu, že bude celá investice financována z vlastního kapitálu společnosti, byla podniková diskontní míra určena na základě úrokové míry vhodné alternativní investice, konkrétně úrokové míry termínovaného vkladu v délce trvání 60 měsíců u společnosti Equa Bank ve výši 0,75 %, ke které byla připočtena riziková prémie ve výši 2 % a průměrná míra inflace ve výši 2,25 %. Podniková diskontní míra byla stanovena ve výši 5 % p.a..

6.2 Kapitálové výdaje

Pro výpočet kapitálových výdajů byla použita předběžná kalkulace k nákupu vířivky včetně příslušenství z on-line nabídky na stránkách www.albixon.cz, kde byl zvolen model Kleopatra, která umožňuje poklidnou relaxaci až 5 osobám. V ceně je již zahrnuta doprava vířivky na místo, její instalace a první uvedení do provozu. Dále byla použita cenová

kalkulace na provedení stavebních prací od společnosti Stavoplast KL, která obsahuje všechny potřebné práce jako je úprava vodovodního a odpadního potrubí, napojení elektrické energie přívodním kabelem na 400 W, sanitární dlažba a obklad stěn apod. Zvolena byla tato stavební společnost, protože s hotelem v průběhu roku opakovaně spolupracuje a zajišťuje pro něj různé stavební opravy, úpravy a servisní prohlídky, tedy lze čerpat z dobrých zkušeností (záruka jistoty a kvality) se na firmu spolehnout.

Předpokládané kapitálové výdaje v Kč bez DPH:

Vířivka Kleopatra včetně příslušenství	174.444,-
Stavební práce	382. 800,-
<hr/>	
Celková výše kapitálových výdajů na pořízení hodnocené investice	557.244,-

6.3 Odhad budoucích příjmů a provozních nákladů

Budoucí výnosy představují příjmy z privátního hodinového pronájmu vířivky. Vzhledem k vysoké konkurenci v nejbližším okolí je potřeba cenu této služby odvíjet právě od nejbližších konkurenčních nabídek, tak aby byla pro klienty zajímavá a akceptovatelná. Na základě aktuálních konkurenčních cen, byla hodinová sazba za privátní pronájem vířivky stanovena na částku 550,-Kč bez ohledu na počet osob, podmínkou je však zachování max. možného počtu osob dle pokynů výrobce, tj. 5 osob. Předpokládá se, že tato částka by byla zachována po celou dobu životnosti investice, pokud by se nijak výrazně nezvýšily ceny elektrické energie a poplatků za vodné a stočné. Dále se předpokládá, že o uvedenou službu bude ze strany zákazníků veliký zájem, průměrně by mohla být vířivka v provozu 2 hodiny denně. V odhadu budoucích ročních příjmů je ale potřeba odečíst měsíc listopad, kdy dochází k pravidelné technické odstávce hotelu, tedy se nedá počítat s žádným příjmem v tomto měsíci.

Obrázek 13 - Předpokládané výnosy v Kč bude-li vířivka využita 2 hod/den

Rok	cena na 1 hod	využití v hod.	celkový výnos
2017	550	62	34 100
2018	550	670	368 500
2019	550	670	368 500
2020	550	670	368 500
2021	550	670	368 500
2022	550	670	368 500

Zdroj: Vlastní zpracování

Dvě největší položky provozních nákladů činí spotřeba elektrické energie a spotřeba vody. Mezi další provozní náklady lze zařadit chemické ošetření a úpravu vody, údržbu a opravy vířivky. Spotřeba elektrické energie se při vnitřním využití vířivky pohybuje průměrně na 9 KW na 1 hodinu provozu, předpokládaná roční spotřeba je tedy 6030 KW, to při současných cenách za dodávky elektrické energie představuje 5728,50 Kč bez DPH. Spotřeba vody představuje průměrně 199,325 m³ (objem vířivky 1190 litrů x 15 doplnění za měsíc (každé dva dny) x 11 měsíců = 199 325 litrů za rok), předpokládaná částka ročních nákladů na vodné a stočné 11027,- Kč bez DPH.

U nákladů na chemické ošetření a úpravu vody se dle údajů od výrobce může kalkulovat s ročními náklady ve výši 9350,- Kč. Při nákladech na údržbu vířivky se musí počítat s náklady pravidelné rozbory vody, na čisticí prostředky na dezinfekci a úklid vířivky i okolního prostoru, kde bude vířivka provozována, na tento účel je plánována částka 18 000,- Kč za rok. Přestože se v prvních letech provozu nepředpokládá žádná větší investice na opravy, je z provozního hlediska lepší stanovit si fond na případné opravy, pro tento účel byla stanovena částka 20 000,- Kč na rok.

Obrázek 14 - Předpokládané provozní náklady

Rok	náklad				celkové provozní náklady
	spotřeba el. energie	spotřeba vody	chemická úprava vody	opravy a udržování	
2017	530	1 002,50	850	4 727,50	7 110
2018	5 728,50	11 027	9 350	38 000	64 106
2019	5 728,50	11 027	9 350	38 000	64 106
2020	5 728,50	11 027	9 350	38 000	64 106
2021	5 728,50	11 027	9 350	38 000	64 106
2022	5 728,50	11 027	9 350	38 000	64 106

Zdroj: Vlastní zpracování

6.4 Výpočet odpisů

Pořízení samostatně stojící nadzemní vířivky bude zařazeno do dlouhodobého hmotného majetku společnosti. Tento majetek se podle zákona z příjmů člení do šesti odpisových skupin. Samostatně stojící vířivka náleží do čtvrté odpisové skupiny s dobou odpisování 20 let. Zákon dává možnost výběru způsobu odpisování – rovnoměrný způsob odpisování nebo zrychlený způsob odpisování. EuroAgentur Hotels & Travel a.s. bude uplatňovat odpisy rovnoměrné. Výpočet odpisů se provádí ze vstupní ceny majetku, která zahrnuje cenu vířivky od prodejce, dopravu a montáž, odepisování začíná následujícím měsícem po měsíci zařazení do provozu, odpisy budou probíhat od ledna 2018.

Obrázek 15 - Roční odpisová sazba pro hmotný majetek podle odpisové sazby ve 4. odpisové skupině

odpisová skupina	v prvním roce odpisování	V dalších letech odpisování	Pro zvýšenou vstupní cenu
4	2,15	5,15	5

Zdroj: Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů

Obrázek 16 - Stanovení rovnoměrných odpisů - vířivka

Rok odpisování	Výpočet	odpis v Kč	zůstatková cena v Kč
2018	$174\,444 * 2,15 / 100$	3 751	170 693
2019	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	161 709
2020	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	152 725
2021	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	143 741
2022	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	134 757
2023	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	125 773
2024	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	116 789
2025	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	107 805
2026	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	98 821
2027	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	89 837
2028	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	80 853
2029	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	71 869
2030	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	62 885
2031	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	53 901
2032	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	44 917
2033	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	35 933
2034	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	26 949
2035	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	17 965
2036	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 984	8 981
2037	$174\,444 * 5,15 / 100$	8 981	0

Zdroj: Vlastní zpracování

6.5 Výpočet CASH FLOW a současné hodnoty CASH FLOW

Vzhledem k působení faktoru času mění peněžní toky svoji hodnotu, hodnota peněžní jednotky v budoucnu je nižší než hodnota peněžní jednotky dnes. Proto je velice důležitý přepočítání peněžní jednotky na současnou hodnotu za pomoci podnikové diskontní míry. Zaprvé se vypočítá zisk v jednotlivých letech životnosti investice, který se vypočte jako rozdíl mezi tržbami a náklady. Dále se vypočítá čistý zisk, ten představuje zisk ponížený o daň z příjmu, k čistému zisku se připočítají odpisy a následně tento peněžní tok převedeme na současnou hodnotu. Suma dílčích současných hodnot pak představuje celkovou současnou hodnotu cash flow. Životnost investice byla stanovena na časové období 5 let, vzhledem k tomu, že na toto období je uzavřena nájemní smlouva mezi majitelem hotelu a společností EuroAgentur Hotels & Travel a.s.

Obrázek 17 - Současná hodnota CF

Položka	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tržby	34 100	368 500	368 500	368 500	368 500	368 500
Náklady	7 110	64 106	64 106	64 106	64 106	64 106
Odpisy	0	3 751	8 984	8 984	8 984	8 984
Zisk před zdaněním	26 990	300 643	295 410	295 410	295 410	295 410
Daň	4 940	57 000	56 050	56 050	56 050	56 050
Čistý zisk	22 050	243 643	239 360	239 360	239 360	239 360
Odpisy	0	3 751	8 984	8 984	8 984	8 984
Cash flow	22 050	247 394	248 344	248 344	248 344	248 344
Současná hodnota CF	20 947,50	235 024,30	235 926,80	235 926,80	235 926,80	235 926,80

Zdroj: Vlastní zpracování

Při výpočtu současné hodnoty cash flow je za rok 2017, tedy v prvním roce životnosti investice, uvažováno, že tržby stejně jako provozní náklady dosáhnou pouze na výši jednoho měsíce provozu, z důvodu zařazení investice do provozu až v prosinci 2017. Ve všech sledovaných letech nabývá cash flow kladných hodnot a firma dosahuje zisku.

6.6 Vybrané metody hodnocení efektivnosti investice

Metoda čisté současné hodnoty

$$\text{ČSH} = 1\,199\,679 - 557\,244,00 = \mathbf{642\,435}$$

Uvedený výsledek představuje čistý přínos investice. Vzhledem k tomu, že je výsledek kladný, lze říci, že zaručuje hotelu požadovanou míru výnosnosti a investici lze zhodnotit jako přijatelnou a doporučit ji k realizaci.

Index čisté současné hodnoty

$$\text{IČSH} = 1\,199\,107,15 / 557\,244,00 = \mathbf{2,15}$$

Index čisté současné hodnoty je doplňkovou metodou k metodě čisté současné hodnoty, tato metoda nám říká, kolik Kč příjmu získáme z jedné vložené Kč. V případě, že bude vířivka využívána 2 hodiny denně, po dobu 11 měsíců za rok, za cenu služby 550,-Kč za 1 hodinu, bude činit příjem z 1 vložené Kč částku 2,15 Kč. Na základě tohoto výsledku lze říci, že investiční projekt je přijatelný.

Metoda vnitřního výnosového procenta

$$\text{VVP} = \mathbf{25\%}$$

Pro výpočet vnitřního výnosového procenta byla využita funkce „Míra výnosnosti“ v programu Microsoft Excel. Hodnota vnitřního výnosového procenta je výrazně vyšší než je podniková diskontní míra, investici lze tedy považovat za efektivní a projekt považovat za realizovatelný.

Metoda doby návratnosti

Při této metodě se hledá taková doba, při které se kumulovaná hodnota cash flow bude rovnat výši kapitálových výdajů. Hledá se doba, za kterou se investice splatí z peněžních příjmů svých zisků. Z tabulky na obrázku 18 je patrné, že ke splacení investice dojde v průběhu roku 2020, kdy kumulovaná současná hodnota cash flow převyší sumu kapitálových výdajů.

Obrázek 18 - Výpočet kumulované hodnoty CF

Položka	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Současná hodnota CF	20 947,50	235 024,30	235 926,80	235 926,80	235 926,80	235 926,80
Kumulovaná hodnota CF	20 947,50	255 971,80	491 898,60	727 825,40	963 752,20	1 199 679,00

Zdroj: Vlastní zpracování

$$\text{Doba návratnosti} = 3 + \frac{557\,244 - 491\,898,60}{727\,825,40 - 491\,898,60} = 3,277$$

Uvedená investice se společnosti EuroAgentur Hotels & Travel a.s. vrátí za necelé 4 roky, konkrétně při uvažovaných hodnotách za 3 roky a 101 dnů. Vzhledem k tomu, že bude investice splacena před uplynutím doby životnosti projektu, lze považovat investici za efektivní.

7 Návrh rozšíření nabídky masáží

Jako třetí nejžádanější službu označili respondenti v dotazníkovém šetření rozšíření stávající nabídky masáží. V současné době nabízí hotel sportovní rekondiční masáže. Tyto služby pro hotel vykonávají dva externí pracovníci, na základě telefonické poptávky ze strany hotelové recepce, masáže je proto nutné objednat minimálně jeden den předem. Při rozšíření stávající nabídky masáží je plánováno zařadit do nabídky kromě těchto klasických sportovních masáží, také tzv. masáže zážitkové. Konkrétně by se mohlo jednat například o masáž lávovými kameny, čokoládovou masáž, olejovou aromamasáž, medovou masáž a indickou masáž hlavy. Vzhledem k tomu, že hotel nemá mezi svými současnými zaměstnanci žádného takového, který by měl složený základní masérské zkoušky a mohl by své dovednosti o požadované kurzy masáží rozšířit a vzhledem k tomu, že zájem o masáže nemusí být pravidelný, tak aby se pro hotel vyplatilo přijmout do pracovního poměru nového zaměstnance jako vlastního maséra, nabízí se jako nejvhodnější řešení, snaha o domluvu se stávajícími externími pracovníky na rozšíření jejich masérských dovedností o hotelem požadované masáže. V případě, že by ani jeden ze stávajících pracovníků neprojevil snahu o rozšíření svých dovedností, bylo by vhodné najít dalšího externího pracovníka, který bude mít požadované znalosti a dovednosti a bude ochoten navázat spolupráci s hotelem na podobném principu spolupráce. Toto řešení se nabízí jako nejvhodnější a pro hotel neznámá žádné investiční náklady.

8 Shrnutí výsledků

Hotel Churáňov, který je součástí českého hotelového řetězce EuroAgentur Hotels & Travel a.s., působí na trhu ubytovacích a stravovacích služeb již řadu let a lze konstatovat, že i přes narůstající konkurenci na trhu patří k významným a vyhledávaným ubytovacím zařízením v oblasti Šumavy. EA hotel Churáňov si na trhu drží stabilní a pevnou pozici.

Z provedené analýzy konkurence vyplynulo, že EA hotel Churáňov nabízí srovnatelné hotelové služby jako jeho největší konkurenti v blízkém okolí. Jednotlivé hotely se od sebe odlišují pouze nepatrně, a to zejména v nabídce doplňkových služeb, velice podobná je cenová politika jednotlivých konkurentů. Tento jev dokazuje, že všichni uvedení konkurenti sledují aktuální dění na trhu a snaží se co nejvíce přizpůsobit konkurenčnímu chování, tak aby rozdíl mezi nimi byly minimální. Pro klienty nabízí tento trend široké spektrum srovnatelných ubytovacích zařízení a jejich konečná volba ubytovacího zařízení bývá ovlivněna mnoha různými faktory, jedním z nejdůležitějších faktorů poslední doby se stávají internetové reference ubytovacích zařízení na dvou nejvýznamnějších portálech, kterými jsou TripAdvisor.com a Booking.com. Pro EA hotel Churáňov je srovnání s konkurencí na základě referencí hostů velice příznivé, v obou internetových portálech zaujímá přední místa a má tak velké předpoklady k dalšímu posílení své pozice na trhu. Práce s uvedenými internetovými portály bude velice důležitá i do budoucna, protože síla tohoto zdroje informací pro klienty rok od roku roste, vedení hotelu by se tak i nadále mělo snažit věnovat dosahování co největšího počtu co nejlepších hodnocení a také dále pokračovat v nastoleném trendu odpovědí na poskytnuté reference klientů, protože i tento detail je pro mnoho potencionálních zákazníků důležitým prvkem při rozhodování o volbě ubytovacího zařízení.

Na základě výsledků z provedeného dotazníkového šetření mezi ubytovanými hosty EA hotelu Churáňov bylo zjištěno, že poskytované služby jsou hosty vnímány jako velice dobré a kvalitní. Většina hostů považuje poskytované ubytovací i stravovací služby za výborné. Velice pozitivním výsledkem pro hotel je také skutečnost, že 64 % dotazovaných uvedlo, že se jedná o jejich opakovaný pobyt v hotelu a 51 % dotazovaných uvedlo, že by hotel určitě dále doporučili svým přátelům a známým. Z toho je patrné, že hosté jsou s úrovní poskytovaných služeb opravdu spokojeni a hotel má veliký potenciál do budoucna rozšířit svoji stálou klientelu a získat tak množství spokojených zákazníků, kteří při své příští volbě ubytovacího zařízení budou snáze vybírat na základě svých dřívějších

pozitivních zkušeností. V dotazníkovém šetření se dále zjišťovalo, jak jsou hosté spokojeni s rozsahem a úrovní poskytovaných wellness služeb a o jaký typ služeb by hosté měli největší zájem při plánovaném rozšíření těchto služeb. Na základě výsledků bylo zjištěno, že hosté by rozšíření stávající nabídky uvítali. Aktuální rozsah služeb vnímá celkem 37 % dotazovaných pouze jako průměrný. Dále bylo zjištěno, že hosté by měli zájem především o vybudování bazénu, vířivky nebo o rozšíření nabídky masáží. Plánované rozšíření wellness služeb by hotelu mohlo pomoci k získání konkurenční výhody před svými konkurenty a posílení dobré pozice na trhu.

8.1 Konkrétní návrhy rozšíření služeb

Na základě výsledků analýzy konkurenčních nabídek poskytovaných služeb a výsledků z dotazníkového šetření byly zpracovány konkrétní návrhy na tři nejvíce preferované služby ze strany ubytovaných hostů.

8.3.1 Bazén

Na základě zjištěných údajů na výstavbu vnitřního vyhřívaného bazénu bylo zjištěno, že se pro EA hotel Churáňov jedná v současné době o velice finančně i prostorově nákladnou investici, která za současných podmínek nájemní smlouvy, která je platná pro období následujících šesti let, není realizovatelná a nelze ji tedy přijmout.

8.3.2 Vířivka

Na základě zjištěných údajů byla zjišťována ekonomická efektivnost investice na nákup vířivky pro 5 osob, typ Kleopatra od společnosti Albixon. Pro zhodnocení ekonomické efektivnosti byly použity známé metody a veškerá dostupná data. V následující tabulce jsou shrnuty výsledky jednotlivých metod.

Obrázek 19 –Výsledky jednotlivých metod

Ukazatel	Zjištěná hodnota
Čistá současná hodnota	642 435,00 Kč
Index ziskovosti	2,15
Vnitřní výnosové procento	25,00%
Doba návratnosti	3 roky a 101 dnů

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě uvedených výsledků lze konstatovat, že ekonomická efektivnost navržené investice je celkově pozitivní. Čistá současná hodnota dosahuje necelých 650 000 Kč a index rentability dosahuje kladné hodnoty. Tento údaj nám poskytuje informaci o tom, že podnik z každé vložené 1 Kč získá 2,15. Vzhledem k tomu, že obecně platí, že pokud je výsledek čisté současné hodnoty kladný a index ziskovosti vyšší než 0, lze považovat investici za přijatelnou, lze uvedený investiční projekt považovat za efektivní. O efektivnosti této investice vypovídá také výsledek vnitřního výnosového procenta, které dosahuje hodnoty 25 % a převyšuje tak stanovenou podnikovou diskontní míru. Doba návratnosti pak udává likviditu projektu, v případě posuzované investice dojde ke splacení za 3 roky a 101 dnů, to znamená, že kapitál u tohoto projektu je vázán na kratší dobu, než je životnost posuzovaného projektu. Výsledky obou těchto ukazatelů vypovídají o efektivnosti investice a o její přijatelnosti.

8.3.3 Rozšíření nabídky masáží

Jako poslední byl zvažován návrh na rozšíření stávající nabídky masáží, který by vhodně doplnily aktuální nabídku sportovních masáží. Za nejefektivnější byla vybrána varianta zajištění požadovaných masáží externím pracovníkem, který bude službu vykonávat pro hotel dle potřeby na základě telefonické poptávky z recepce hotelu. Tedy uvedené služby budou i nadále fungovat na stejném principu jako doposud, jen by se rozšířila nabídka poskytovaných druhů masáží. Doporučuji vyvolat jednání s oběma maséry, kteří v současné době s hotelem spolupracují a zjistit, zda jsou schopni a ochotni své znalosti a dovednosti rozšířit o některé požadované masáže. Pokud stávající externí pracovníci nebudou ochotni své znalosti do budoucna rozvíjet, bude potřeba, aby hotel našel nějakého jiného externího pracovníka, který bude splňovat požadované parametry a bude pro hotel masérské služby vykonávat. Vzhledem k tomu, že nabídka masérských služeb je v blízkém okolí dostatečná, neměl by to být žádný problém. Pro hotel tak nevzniknou žádné investiční náklady a přitom zajistí hosty požadované služby.

9 Závěr

Cílem diplomové práce bylo navržení projektu na rozšíření možností nabídky poskytovaných služeb v EA hotelu Churáňov a zjistit, zda je tento projekt realizovatelný a zda zajišťuje návratnost investice v časovém období následujících šesti let. S přihlédnutím ke všem výsledkům použitých metod lze konstatovat, že projekt rozšíření hotelových služeb poskytovaných v EA hotelu Churáňov je realizovatelný a to konkrétně o nákup vířivky a rozšíření stávající nabídky masáží. Zároveň lze konstatovat, že návratnost investice na nákup vířivky i rozšíření stávající nabídky masáží je zajištěna v požadovaném časovém období šesti let.

Je nutné si však uvědomit, že není reálné určit zcela přesně ekonomickou efektivnost investice, protože v oboru hotelnictví panuje tvrdý konkurenční boj a prostředí je velice proměnlivé. Pro výpočty jednotlivých metod k posouzení ekonomické efektivnosti je potřeba stanovit příjmy a výdaje na dlouhé časové období, což je velmi obtížné. Příjmy plynoucí z jednotlivých investic budou samozřejmě závislé na poptávce klientů a provozní výdaje na budoucím vývoji cen jednotlivých vstupních faktorů, zejména elektrické energie a vody. Je třeba však podotknout, že EA hotel Churáňov si za dobu svého působení na trhu dokázal vybudovat velice dobrou a stabilní pozici. Na základě dlouholetých zkušeností, rozsáhlé klientele, která se do hotelu opětovně vrací a celkové spokojenosti klientů s úrovní poskytovaných služeb se tedy neočekávají žádné zásadní odchylky od plánované poptávky ze strany klientů. Stejně tak na základě zkušeností z předchozích let a vývoje cen elektrické energie a cen za spotřebu vody se dá předpokládat, že ani provozní náklady by se neměly nějak zásadně lišit od předpokládané výše těchto nákladů.

Rozšíření wellness služeb by pro EA hotel Churáňov jistě představovalo konkurenční výhodu, na základě které by mohl ještě více posílit svoji stávající pozici na trhu a přilákat nové potenciaální zákazníky. Lze tedy říci, že uvedené investice budou pro společnost do budoucna přínosem a rozhodnutí o přijetí uvedených investic managementu společnosti lze jen schválit a doporučit.

Seznam použitých zdrojů

BÁRTA, Zbyněk. *Finanční gramotnost: výpočty v Excelu*. Praha: WoltersKluwer, 2014. Řízení školy. ISBN 978-80-7478-483-5.

FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace ve veřejné správě*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2013. ISBN 978-80-7375-772-4.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravit, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3293-0.

HORNER, Susan. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: [aplikovaný marketing služeb]*. Praha: Grada, c2003. ISBN 80-247-0202-9.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2690-8.

JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN 978-80-247-2724-0.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80-247-0966-X.

KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4835-1.

MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada, 2013. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4780-4.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

PODĚBRADSKÝ, Mgr. Jiří. *Wellness v ČR*. 2008. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008.

POLÁCH, Jiří. *Reálné a finanční investice*. V Praze: C.H. Beck, 2012. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-436-0.

PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3622-8.

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: KeyPublishing, 2009. Management (KeyPublishing). ISBN 978-80-7418-028-6.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

RICHARD L. SANDHUSEN. *Marketing*. 3rd ed. Hauppauge, N.Y.:Barron's, 2000. ISBN 07-641-1277-5.

RŮČKOVÁ, Petra a Michaela ROUBÍČKOVÁ. *Finanční management*. Praha: Grada, 2012. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-4047-8.

SEIFERTO VÁ, Věra. *Průvodcovské činnosti*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4807-8.

SCHOLLEOVÁ, Hana. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 9788024740041.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.

ŠIMAN, Josef a Petr PETERA. *Financování podnikatelských subjektů: teorie pro praxi*. V Praze: C.H. Beck, 2010. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-117-8.

VALACH, Josef. *Investiční rozhodování a dlouhodobé financování*. Praha: Ekopress, 2001. ISBN 8086119386.

VANÍČEK CSC., Doc. RNDr. Jiří a Ing. Vladimír KŘEŠŤAN. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. Manažer. ISBN 978-80-247-5037-8.

VODÁK, Jozef a Alžbeta KUCHARČÍKOVÁ. *Efektivní vzdělávání zaměstnanců*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2011. Management (Grada). ISBN 9788024736518.

ZAMAZALOVÁ, Marcela. *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada, 2009. Manažer. ISBN 978-80-247-2049-4.

ŽÍDKOVÁ, Dana. *Investice a dlouhodobé financování*. Vyd. 2., přeprac. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2001. ISBN 8021307722.

Elektronické zdroje:

ALBIXON. *Albixon* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.albixon.cz>

BOOKING. *Booking* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.booking.com>

DEXTER ACADEMY. *Dexteracademy* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.masaze-kurzy.cz>

ELSYN DVŮR. *Elsyn Dvůr* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.elsyndvur.cz/>

EUROAGENTUR. *EuroAgentur* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.euroagentur.cz/>

HOTEL CHURÁŇOV. *Hotel Churáňov* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.hotelchuranov.cz/>

HOTELY SRNÍ. *Hotely Srní* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.hotely-srni.cz/hotelysrni/>

HOTEL STARS. *Hotel Stars* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.hotelstars.cz/>

HOTEL ZADOV. *Hotel Zadov* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.zadovhotel.cz/>

CHCIBAZEN. *Chcibazen* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://chcibazen.cz/>

IKEA. *Ikea* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.ikea.com/cz/cs/>

INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch důležitá součást ekonomiky a významný faktor rozvoje destinací. *Ochrana přírody* [online]. 2010, **2010**(II.) [cit. 2016-07-17]. Dostupné z: <http://www.casopis.ochranaprirody.cz/zvladni-cislo/cestovni-ruch/>

KLOSTERMANNOVA CHATA. *Klostermanova chata* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.klostermannovachata.cz/>

SPORTHOTEL OLYMPIA. *Sporthotel Olympia* [online]. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.sporthotelolympia.cz/>

Přílohy

- Příloha 1 – Ceník EA hotelu Churáňov***
- Příloha 2 – Ceník hotelu Zadov***
- Příloha 3 – Ceník Sporthotelu Olympia***
- Příloha 4 – Ceník hotelu Elsyn Dvůr***
- Příloha 5 – Ceník hotelu Srní**** a hotelu Srní depandace***
- Příloha 6 – Ceník hotelu Klostermannova chata***
- Příloha 7 – Dotazník
- Příloha 8 – Rozpočet na výstavbu bazénu
- Příloha 9 – Vířivka Kleopatra
- Příloha 10 – Rozpočet na výstavbu vířivky

Příloha 1: Ceník EA hotelu Churáňov***

Webové rozhraní 2017 - CZK						
ceny v CZK za pokojnóc se snídaní, včetně DPH a městského poplatku						
HOTEL	Období	DBL S.U.	DBL	TPL	APT	přistýlka
CHURÁNOV *** superior	2.1.-18.3. (NE - CT)	1190	1630	2440	2110	380
	2.1.-18.3. (PA - SO)	1390	1830	2740	2300	430
	26.6.-2.9. (NE - CT), 9.-23.12.	930	1310	1960	1835	280
	26.6.-2.9. (PA - SO)	1130	1500	2250	2035	330
	19.3.-25.6., 3.9.-8.12.	780	1010	1510	1400	180
	24.12. - 1.1.2018	1430	1910	2860	2400	480
CZK 150,-/osoba - příplatek za polopenzi						
Cena APT platí za 2 osoby						
24.12.17 - CZK 450,- příplatek za osobu - Štědrovečerní večere, minim. pobyt 4 noci						
31.12.17 - CZK 1000,- příplatek za osobu - Silvestrovská večere s programem, minim. pobyt 4 noci						
Sleva na děti						
3-2 roky - zdarma (bez nároku na lůžko)						
3-10 let se 2 platícími dospělými - na přání zdarma						
3-10 let s 1 platící dospělou osobou - 20% sleva z ceny na osobu ve dvoulůžkovém pokoji						
11-14 let se 2 platícími dospělými - 50% sleva z ceny na osobu ve dvoulůžkovém pokoji						
15-18 let se 2 platícími dospělými - 30% sleva z ceny na osobu ve dvoulůžkovém pokoji						
Sleva pro Seniory						
Seniorů od 65 let: 15% sleva z výše uvedených cen (neplatí pro období 24.12.17 - 1.1.2018)						

V případě změny DPH nebo směnného kurzu si EuroAgentur vyhrazuje právo na úpravu cen.

Nabídka masáží

Specializujeme se na problematiku vertebrogenních potíží, tj. bolesti zad, hlavy, stav po úrazech a diagnózy neurologické, ortopedické, revmatické, na rehabilitaci v gynekologii a na aplikaci východní medicíny do manuální rehabilitace.

1. Masáže zad + šíje + odblokování (30 – 35 minut) 400,- Kč
2. Lymfodrenážní techniky – zpevňující kůry
 - horních končetin (30 – 35 minut) 350,- Kč
 - dolních končetin (30 – 35 minut) 360,- Kč
3. Reflexní masáže
 - alternativní postup (30 – 35 minut) 400,- Kč
 - reflexní uvolnění chodidla (30 – 35 minut) 360,- Kč
4. Celková masáž - šíje, ramena, záda, nohy, chodidla, celkové odblokování žebér, SI kloubení páteře (1 hodina) 780,- Kč

zdroj: EA hotel Churáňov***

Příloha 2: Ceník hotelu Zadov***

Ceník hotelu Zadov***

Typ pokoje	standart	rodinné apartmá	velké apartmá	exclusive	romantický
ubytování se snídaní/osoba/den	700 Kč	700 Kč	700 Kč	950 Kč	950 Kč
ubytování s polopenzí/osoba/den	850 Kč	850 Kč	850 Kč	1 100 Kč	1 100 Kč
ubytování s plnou penzí/osoba/den	970 Kč	970 Kč	970 Kč	1 220 Kč	1 220 Kč

Příplatky	
panorama view (pokoj s výhledem)	100 Kč/ pokoj/ den
Zapůjčení dětské postýlky	100 Kč/ pobyt
Domácí mazlíčci na pokoj	200 Kč/ pobyt
Pobyt přes Vánoční svátky	bez příplatku
Štědrovečerní menu	500 Kč/ dospělá osoba 250 Kč/ dítě

Stravování	pro ubytované	pro neubytované
snídaně	v ceně ubytování	95 Kč
polopenze	150 Kč	260 Kč
plná penze	270 Kč	400 Kč
cofee break	od 30 Kč (dle rozsahu)	od 30 Kč (dle rozsahu)

Parkovné	
Auto	35 Kč/ den
Autobus	200 Kč/ den

Wellness	30 minut	1 hodina
Vířivka	400 Kč	750 Kč
Sauna	350 Kč	600 Kč

masáže		
klasická relaxační masáž - záda, šíje (nohy) včetně reflexních zón	30 min	700 Kč
klasická masáž relaxační celého těla včetně reflexních zón chodidel	60 min	1 380 Kč
Sportovní masáž – záda, šíje (nohy), včetně reflexních zón	30 min	700 Kč
Sportovní masáž celého těla včetně reflexních zón chodidel	60 min	1 380 Kč
Masáž lávovými kameny	30 min	720 Kč
Indická masáž hlavy a šíje	30 min	720 Kč
kokosová masáž	30 min	760 Kč
masáž baňkami	30 min	760 Kč
reflexní masáž chodidla	30 min	720 Kč
rozjasňující masáž obličeje a ozonový zábal	30 min	760 Kč
Breussova vyživující masáž	30 min	780 Kč
Anticelulitidní masáž těla s ozonovým zábalem	40 min	1 400 Kč
Medová detoxikační masáž	30 min	780 Kč
Míčková facilitace	30 min	760 Kč
Masáž se zábalem k prevenci a léčbě křečových žil a bolesti nohou	30 min	780 Kč

Silvestrovské pobyty (podmínkou je pobyt min. 5 nocí s polopenzí)

Typ pokoje	standart	rodinné apartmá	velké apartmá	exclusive	romantický
ubytování se snídaní/osoba/den	1 000 Kč	1 000 Kč	1 000 Kč	1 250 Kč	1 250 Kč
ubytování s polopenzí/osoba/den	1 150 Kč	1 150 Kč	1 150 Kč	1 400 Kč	1 400 Kč
ubytování s plnou penzí/osoba/den	1 270 Kč	1 270 Kč	1 270 Kč	1 520 Kč	1 520 Kč

Silvestrovské menu 1 000 Kč

zdroj: www.zadovhotel.cz

Příloha 3: Ceník Sporthotelu Olympia***

Pultové ceny pro rok 2016

TERMÍNY	SEZONA	MEZISEZONA	MIMOSEZONA 7=6
	25.6. -10.9. 24.3. - 31.3. 23.1. - 12.3.	12.3. - 24.3. 10.9. - 1.10. 2.1. - 23.1.	31.3. - 25.6. 1.10. - 3.12.
POKOJE	17.12.16 - 1.1.17.	3.12. - 17.12.	
JEDNOLŮŽKOVÝ	860,-Kč	730,-Kč	590,-Kč
DVOULŮŽKOVÝ	1 640,-Kč	1 380,-Kč	1 160,-Kč
osoby)	3 140,-Kč	2 660,-Kč	2 180,-Kč
PŘÍSTÝLKA	510,-Kč	480,-Kč	390,-Kč
polopenze	160,-Kč	160,-Kč	160,-Kč
poplatek za dom.mazlíčka	160,-Kč	160,-Kč	0,-Kč

Příplatky	pokoj s balkonem	50,-Kč/den
	Štědrovečerní večeře 24.12.	400,-Kč
	Silvestrovský raut 31.12.	790,-Kč

zdroj: www.sporthotelolympia.cz

Příloha 4: Ceník hotelu Elsyn Dvůr***

Termín	Dospělí se snídaní	Dospělí s polopenzí	Dítě do 12 let se snídaní	Dítě do 12 let s polopenzí
27.06.-03.09.	650,-	730,-	520,-	580,-
03.09.-30.10.	590,-	670,-	470,-	520,-
30.10.-23.12.	510,-	590,-	380,-	440,-
27.12.-01.01.	750,-	830,-	620,-	680,-
01.01.-28.01.	610,-	690,-	490,-	550,-
28.01.-18.03.	670,-	750,-	530,-	590,-
18.03.-13.04.	490,-	570,-	360,-	420,-
13.04.-30.06.	610,-	690,-	490,-	550,-

V ceně ubytování není zahrnuto

rekreační poplatek (18 -70 let) - 10,-Kč / osoba / noc
poplatek za lůžko (nad 3 roky) - 3,-Kč / osoba / noc
sleva pro ubytované na přistýlce - 100,-Kč / noc
zpoplatnění TV - 20,-Kč / den (kromě apartmánů)

Služby v ceně ubytování

TV/SAT, připojení k Wi-Fi, fitness zn. Kettler, stolní tenis - 2 stoly, dětský koutek, úschovna kol a lyží, parkoviště, trezor, krytý bazén 4,5m x 11,5 m, lyžařský vlek, tenisový kurt, víceúčelové hřiště pro volejbal, nohejbal a malou kopanou

Příplatky

Dítě do 2 let bez nároku na služby 100,-Kč/ noc
Apartmán s kuchyňkou 200,- Kč/ noc
Neobsazené lůžko 100,- Kč/ noc
Ubytování na jednu noc 60,- Kč/ noc
Pes není povolen

zdroj: www.elsyndvur.cz

Příloha 6: Ceník hotelu Klostermannova chata

Termín	dvojlůžkový malý tmavší	dvojlůžkový menší	dvojlůžkový s přist.	přistýlka
29.3.-30.6.2016	1250,- CZK	1350,- CZK	1550,- CZK	350,- CZK
1.7.-30.9.2016	1450,- CZK	1550,- CZK	1800,- CZK	350,- CZK
1.10. - 25.12.2016	1250,- CZK	1350,- CZK	1550,- CZK	350,- CZK
26.12. - 1.1.2017	1450,- CZK	1550,- CZK	1800,- CZK	350,- CZK
2.1. - 12.1.2017	1200,- CZK	1400,- CZK	1600,- CZK	350,- CZK
13.1. - 12.3.2017	1400,- CZK	1600,- CZK	1800,- CZK	350,- CZK
13.3. 12.4.2017	1200,- CZK	1400,- CZK	1600,- CZK	350,- CZK
13.4. 17.4.2017	1400,- CZK	1600,- CZK	1800,- CZK	350,- CZK
18.4. - 30.6.2017	1200,- CZK	1400,- CZK	1600,- CZK	350,- CZK
1.7. - 30.9.2017	1400,- CZK	1600,- CZK	1800,- CZK	350,- CZK
1.10. 25.12.2017	1200,- CZK	1400,- CZK	1600,- CZK	350,- CZK
26.12. 1.1.2018	1400,- CZK	1600,- CZK	1800,- CZK	350,- CZK

Termín	třílůžkový s přistýlkou	třílůžkový mezonet	apartmán	přistýlka
11.1. - 13.3.2016	2250,- CZK	1950,- CZK	2900,- CZK	350,- CZK
14.3. - 24.3.2016	1950,- CZK	1950,- CZK	2600,- CZK	350,- CZK
25.3. - 28.3.2016	2250,- CZK	2250,- CZK	2900,- CZK	350,- CZK
29.3. - 30.6.2016	1950,- CZK	1950,- CZK	2600,- CZK	350,- CZK
1.7. - 30.9.2016	2250,- CZK	2250,- CZK	2900,- CZK	350,- CZK
1.10. 25.12.2016	1950,- CZK	1950,- CZK	2600,- CZK	350,- CZK
26.12. - 1.1.2017	2250,- CZK	2250,- CZK	2900,- CZK	350,- CZK
2.1. - 12.1.2017	1950,- CZK	1950,- CZK	2600,- CZK	350,- CZK
13.1. - 12.3.2017	2250,- CZK	2250,- CZK	2900,- CZK	350,- CZK
13.3. - 12.4.2017	1950,- CZK	1950,- CZK	2600,- CZK	350,- CZK
13.4. - 17.4.2017	2250,- CZK	2250,- CZK	2900,- CZK	350,- CZK
18.4. - 30.6.2017	1950,- CZK	1950,- CZK	2600,- CZK	350,- CZK

Příplatky

příplatek za psa	220,- CZK / den
obecní poplatek	15,- CZK / den
Děti do 3 let	zdarma

zdroj: www.klostermannovachata.cz

Příloha 7: Dotazník

Spokojenost zákazníků se službami EA hotelu Churáňov

Vážení hosté,

dovoluji si obrátit se na Vás s prosbou o vyplnění následujícího dotazníku, který bude sloužit nejen jako jeden z podkladů pro moji diplomovou práci, ale bude pro nás také důležitým zdrojem informací o Vaší spokojenosti s našimi službami a po vyhodnocení bude sloužit jako podnět pro zkvalitňování našich pro Vás. Dotazník je anonymní a zabere Vám pouze pár minut. Po vyplnění jej vložte do přiložené obálky a takto jej předejte do schránky umístěné v prostorách hotelové recepcce.

Předem Vám velice děkuji za Váš čas a těším se na Vaše odpovědi.

Bc. Martina Hmečková
ředitelka hotelu

Vážení hosté, prosím, u každé odpovědi vyberte pouze jednu variantu.

1. Byl/a jste již někdy v minulosti zákazníkem EA hotelu Churáňov?

- Ano, jednou
- Ano, více než jednou
- Ne, jedná se o můj první pobyt

2. Jak jste spokojen/a s kvalitou ubytování?

- 1-výborné
- 2-vyhovující
- 3-průměrné
- 4-podprůměrné
- 5-neuspokojivé

3. Jak jste spokojen/a s úrovní stravování?

- 1-výborné
- 2-vyhovující
- 3-průměrné
- 4-podprůměrné
- 5-neuspokojivé

4. Jak jste spokojen/a s rozsahem poskytovaných wellness služeb?

- 1-výborné
- 2-vyhovující
- 3-průměrné
- 4-podprůměrné
- 5-neuspokojivé

5. Jak jste spokojen/a s úrovní poskytovaných wellness služeb?

- 1-výborné
- 2-vyhovující
- 3-průměrné
- 4-podprůměrné
- 5-neuspokojivé

6. Jakou z uvedených služeb byste uvítal/a v našem hotelu?

- vířivka
- bazén
- větší nabídku masáží (čokoládová masáž, medová masáž, masáž lávovými kameny apod.)
- venkovní fitness
- infrasauna
- bylinné zábaly a koupele

7. Podle, kterého faktoru si vybíráte ubytovacího zařízení pro svůj pobyt?

- cena
- rozsah služeb
- hodnocení zákazníků
- celková ubytovací kapacita
- jiný faktor

8. Doporučil/a byste EA hotel Churáňov svým přátelům?

- určitě ano
- spíše ano
- spíše ne
- určitě ne

9. Jakého jste pohlaví?

- muž
- žena

10. Kolik je Vám let?

- 18 – 25 let
- 26 – 35 let
- 36 – 55 let
- 56 – 65 let
- více než 65 let

KRYCÍ LIST ROZPOČTU

Stavba: EUROAGENTUR - Hotel Churáňov
 Objekt: Hotel Churáňov - výstavba bazénu v prostoru stávající posilovny
 Část:
 JKSO:

Objednavatel:
 Zhotovitel:
 Datum:

Kód	Popis	Cena celkem
1	2	3
HSV	Práce a dodávky HSV	673 477,20
3	Svislé a kompletní konstrukce	383 200,00
6	Úpravy povrchu, podlahy, osazení	51 201,20
9	Ostatní konstrukce a práce - bourání	321 256,05
99	Přesun hmot	50 147,78
PSV	Práce a dodávky PSV	83 322,77
784	dokončovací práce - malby	17 640,00
M	Práce a dodávky M	67 893,00
21-M	Elektromontáže	45 262,00
	Celkem	1 693 400,00
	21 % DPH	355 614,00
	Cena s DPH	2 049 014,00

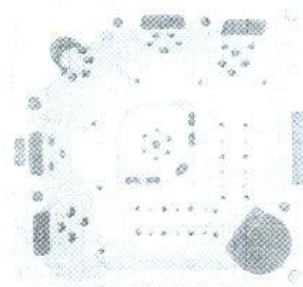
STAVOPLASTIK
 STAVOPLASTIK s.r.o.
 IČO: 253 000 208
 Za: [podpis]

Kleopatra

K dispozici jsou vám zde 3 sedátka a 2 lehátka. Lehátka jsou navržena tak, aby dopřála vašemu tělu kompletní masáž a uvolnění. Nechybí ani sávy trysek speciálně zaměřených na uvolňující masáž domícní kondiční – hlavně zadní stranu lýtek a stehen.

Parametry a vybavení nářivky:

- rozměry: 220 x 220 x 88 cm
- barva vany: modrá, mramor, černá, béžová
- barva panelů, hnědá, šedá
- počet osob: 5
- celkový obsah vody: 1140 litrů
- váha vany bez vody: 391 kg
- 88 hydromasážních trysek s odlišnou velikostí
- 12 blower trysek (vzduchové a mikrobublinky)
- 1 vzdušná tryska
- nerezové provedení trysek
- osvětlení – 29 trysek se zabudovaným osvětlením
- hydromasáž
- Dower filtraci
- ozonizátor
- přehrávač MP3, BT, USB, AUX (kódovaný dálkový ovladač)
- vysavná 19" LCD obrazovka + DVD přehrávač
- 2x reproduktory – subwoofer
- ovládací panel s barevným displejem
- měkké přirozeně tvarované opěrky hlavy s LED osvětlením 14x
- 1x cirkulační čerpadlo 0,25 kW
- 1x čerpadlo pro hydromasáž 1,5 kW
- 2x čerpadlo pro hydromasáž 1,85 kW
- ohřev 3 kW
- 1x UV lampa pro desinfekci vody
- 1x kartusový filtr
- termokryt 15 cm
- panely ze syntetického dřeva + tepelná izolace
- nerezový rám
- oprava pro tepelné čerpadlo



CENA BEZ DPH:

174.444 Kč

Cena s 15% DPH: 200.611 Kč

Cena s 21% DPH: 211.077 Kč

KRYCÍ LIST ROZPOČTU

Stavba: EUROAGENTUR - Hotel Churáňov
 Objekt: Hotel Churáňov - úprava prostoru sauny pro osazení vířivky
 Část:
 JKSO:

Objednavatel:
 Zhotovitel:
 Datum:

Kód	Popis	Cena celkem
1	2	3
HSV	Práce a dodávky HSV	152 271,33
6	Úpravy povrchu, podlahy, osazení	51 201,20
9	Ostátní konstrukce a práce - bourání	64 027,27
99	Přesun hmot	16 161,60
PSV	Práce a dodávky PSV	341 338,60
784	dokončovací práce - malby	15 000,00
M	Práce a dodávky M	22 631,00
21-M	Elektromontáže	27 369,00
	Celkem	382 800,00
	21 % DPH	80 388,00
	Cena s DPH	463 188,00

STAVOPLAST s.r.o.
 Křišťáková 11, spol. s r.o.
 142 00 Praha 4 - Smíchov
 IČO: 252 20 956, DIČ: CZ25220956