



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Fakulta ekonomická
Katedra regionálního managementu

Diplomová práce

Dopady EET na spokojenost zákazníků

Vypracovala: Bc. Kristýna Hrušková
Vedoucí práce: doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

České Budějovice 2019

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Kristýna HRUŠKOVÁ**
Osobní číslo: **E17493**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Účetnictví a finanční řízení podniku**
Název tématu: **Dopady EET na spokojenost zákazníků**
Zadávající katedra: **Katedra regionálního managementu**

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

Cíl práce:

Cílem práce bude zanalyzování výše zmíněných podmínek legislativní úpravy a praktické aplikace EET, vnitřního prostředí zvoleného podniku a dopadů na vnímání hodnoty výstupů zákazníky a vypracování návrhů dle aktuálních trendů v managementu.

Metodika práce:

Diplomová práce je zaměřena na analýzu podmínek vnitřního prostředí ve zvolené firmě a vnějšího prostředí se zaměřením na dopady zavedení systému elektronické evidence tržeb s přihlédnutím k aktuální konkurenceschopnosti zkoumaného subjektu. V rámci řešení práce autorka provede návrh úprav manažerských procesů a marketingu zaměřené na aktuální poznatky o řízení vzhledem k zajištění budoucí konkurenceschopnosti firmy. V práci budou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů. Návrhová část bude doplněna příslušnou kvantitativní dokumentací.

Rámcová osnova:

Úvod, 2. Cíle a metodika, 3. Literární přehled, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Návrhová část, Závěr, Resumé, Použitá literatura, Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **50 - 60 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:

Hrabětová, D. (2016). Zákon o evidenci tržeb: komentář. Praha: Wolters Kluwer.

Škodová-Parmová, D. (2012). Konkurenceschopnost a služby pro podnikatele: význam řízení služeb pro podnikatele při zvyšování konkurenceschopnosti vybraných národních ekonomik. Praha: Alfa Nakladatelství.

Knápková, A., Pavelková, D., Remeš, D., & Šteker, K. (2017). Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady (3., kompletně aktualizované vydání). Praha: Grada Publishing.

Strouhal, J. (2014). Ekonomika podniku (2., aktualiz. vyd.). Praha: Institut certifikace účetních.

Grifell i Tatjé, E., & Lovell, C. A. K. (2015). Productivity accounting: the economics of business performance. New York, NY: Cambridge University Press.


Vedoucí diplomové práce: **doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová**
Katedra regionálního managementu

Datum zadání diplomové práce: **15. února 2018**

Termín odevzdání diplomové práce: **12. dubna 2019**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (1)
370 05 České Budějovice


doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 7. března 2018

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to - v nezkrácené podobě - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 12. 4. 2019

.....

Kristýna Hrušková

Poděkování

Velké díky patří mé vedoucí diplomové práce,
doc. Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové a majiteli podniku Hospoda Na louži, s.r.o.,
Ing. Miroslavu Votřelovi.

Abstrakt

Hlavním tématem této diplomové práce je Elektronická evidence tržeb, která je zde vztažena ke spokojenosti zákazníků po zavedení právě tohoto systému. Pouze spokojený zákazník se do podniku vrátí, proto je velmi důležité si každého z nich hýčkat a snažit se vynalézat možnosti, kterými ho ještě více potěšit při příštích návštěvách.

Diplomová práce se zabývá pojmy jako například Elektronická evidence tržeb, zákazník, konkurenceschopnost podniku, zákazník, rozvoj podniku, atd. V práci je zachyceno, jaké změny v podniku proběhly v průběhu posledních 2 let od zavedení Elektronické evidence tržeb.

Hlavním cílem této diplomové práce je zhodnotit, jak se změnila spokojenost zákazníka podniku Hospoda Na Louži, s.r.o., který sídlí v Českém Krumlově, a to konkrétně po zavedení systému Elektronické evidence tržeb.

Informace potřebné pro provádění analýz jsou získávány v podniku Hospoda Na louži, s.r.o., od majitele podniku, pana Miroslava Votřela, či z internetových stránek podniku.

Klíčová slova: Elektronická evidence tržeb, zákazník, analýza, spokojenost.

Abstract

The main topic of this work is Electronic evidence of sales, which is related to customer satisfaction after the introduction of this system. Only a satisfied customer will return to the business, so it is very important to pamper each one and try to invent opportunities to make him even more enjoyable at future visits.

This work deals with terms such as Electronic record of sales, customer, company competitiveness, customer, company development, etc. The thesis describes the changes in the company during the last 2 years since the introduction of Electronic Sales Revenue.

The main aim of this work is to evaluate how the customer satisfaction of Hospoda Na Louži, s.r.o., which is based in Český Krumlov, has changed after the introduction of the Electronic Sales Revenue System.

The information necessary for carrying out the analyzes is obtained in the company Hospoda Na louži, s.r.o., from the owner of the company, Mr. Miroslav Votřel, or from the company website.

Keywords: Elektronick evidence od sales, customer, analysis, satisfaction.

OBSAH

1. ÚVOD.....	4
2. LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	5
2.1 Podnikání.....	5
2.1.1 Podnik	5
2.1.2 Podnikatel	5
2.2 Prostředí	6
2.2.1 Vnější prostředí.....	6
2.2.2 Vnitřní prostředí.....	9
2.3 Management.....	10
2.3.1 Co je to management?.....	10
2.3.2 Manažer	10
2.3.3 Strategie	11
2.4 Elektronická evidence tržeb (EET)	12
2.4.1 Historie systému	12
2.4.2 Koho a čeho se elektronická evidence týká	13
2.4.3 Důvod vzniku elektronické evidence tržeb.....	13
2.4.4 Použití elektronické evidence tržeb	14
2.4.5 Vybavení potřebné pro využívání Elektronické evidence tržeb	15
2.4.6 Kde koupit potřebné zařízení	16
2.4.7 Postihy za nedodržování podmínek elektronické evidence tržeb	16
2.4.8 Dopady Elektronické evidence tržeb	16
2.4.9 Účtenková loterie	17
2.4.10 Názory na Elektronickou evidenci tržeb.....	18
2.5 Poskytování služeb jako náplň podnikání	19
2.5.1 Jak na to	19
2.6 Cestovní ruch	19
2.7 Ubytovací služby.....	20
2.7.1 Hotel.....	20
2.7.2 Motel.....	21
2.7.3 Penzion.....	21
2.7.4 Botel.....	21
2.7.5 Specifická hotelová zařízení	22
2.7.6 Ostatní ubytovací zařízení	22
2.7.7 Vývoj hotelnictví	23
3. DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	24
4. CÍLE A METODIKA	25

4.1	Cíl práce	25
4.2	Metodika	25
5.	PRAKTICKÁ ČÁST	28
5.1	Charakteristika zkoumaného podniku.....	28
5.2	Historie podniku.....	29
5.3	Vnitřní prostředí podniku.....	29
5.3.1	Historické jádro podniku	29
5.3.2	Kulturní zážitky	30
5.3.3	Oceňování služeb.....	30
5.3.4	Zjišťování názorů zákazníků.....	31
5.3.5	Umístění podniku Hotel Na Louži s.r.o.....	32
5.3.6	Změny v podniku způsobené systémem Elektronické evidence tržeb	33
5.3.7	Změny v podniku způsobené návštěvností města Český Krumlov	34
5.4	Předsudky a realita zavedení systému Elektronické evidence tržeb	35
5.4.1	Finanční analýza podniku v letech 2016 – 2018.....	35
5.4.2	Grafické znázornění sledovaných veličin	38
5.4.3	SWOT analýza.....	41
5.5	Dotazníkové šetření.....	43
5.5.1	Názor na Elektronickou evidenci tržeb.....	44
5.5.2	Ovlivnění frekvence návštěvnosti systémem Elektronické evidence tržeb	45
5.5.3	Ovlivnění návštěv podniku systémem EET	46
5.5.4	Délka čekání na obsluhu či servírování	47
5.5.5	Doba pro vystavení účtu pro zákazníka	48
5.5.6	Pohyb cen podniku Hospoda Na louži, s.r.o.....	49
5.5.7	Vliv Elektronické evidence tržeb na zdražení, ke kterému v podniku došlo	50
5.5.8	Oblíbený způsob placení.....	52
5.5.9	Terminál pro možnost provádění plateb pomocí platební karty	53
5.5.10	Typ platebního terminálu.....	54
5.5.11	Účast v úctenkové loterii	55
5.5.12	Registrace úctenek do úctenkové loterie	57
5.5.13	Hodnocení podniku PŘED zavedením Elektronické Evidence tržeb	58
5.5.14	Pohlaví dotazovaných	60
5.6	Celkové shrnutí dotazníkového šetření	60
5.6.1	Doporučení v závislosti na výsledcích dotazníkového šetření	62
5.7	Systém elektronické evidence tržeb z pohledu národního a pohledu podniku Hospoda Na louži, s.r.o.....	64

5.7.1	Národní pohled	64
5.7.2	Pohled zákazníků podniku Hospoda Na louži, s.r.o.	65
6.	ZÁVĚR	67
7.	RESUMÉ	68
8.	POUŽITÁ LITERATURA.....	70
9.	SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK, GRAFŮ, VZORCŮ A PŘÍLOH	73
10.	PŘÍLOHY	75

1. ÚVOD

Jako téma své diplomové práce jsem si vybrala, po poradě se svou vedoucí diplomové práce, „Dopady EET na spokojenost zákazníků“. Toto téma jsem si vybrala proto, že již ve své bakalářské práci jsem se o této tematice zmínila, i když jen ve velmi malé míře, jelikož docházelo teprve k zavádění tohoto systému.

Jedná se o velice řešené téma, o kterém dnes každý slyší ze všech stran, ať už z televize, rádia, či internetu. Proto si myslím, že je důležité, něco se o tomto tématu dozvědět. A jelikož žijeme v době, kdy nakupování je naší denní činností, nemůže nikdo říct, že se ho tato věc netýká, pokud se neživí jen produkty vlastní výroby.

V České republice se najde mnoho různých názorů na systém elektronické evidence tržeb. Je ale tento názor tvořen vlastními zkušenostmi s tímto systémem, nebo je ovlivněn například anti/sympatiemi k některým z našich politiků či snad jen názorem okolí, do kterého chceme zapadnout? Toto je otázka, která mi v hlavě vyvstane pokaždé, když slyším debatu lidí na téma tohoto problému. Téma, které budu v následujících částech řešit, by mělo odpovědět na mnoho otázek, které by mohly člověka vzhledem k elektronické evidenci tržeb napadnout.

V literární rešerši proto vysvětluji základní pojmy, které jsou nedílnou součástí této problematiky. Jedná se například o to, co vlastně systém elektronické evidence tržeb znamená, kdy vlastně vznikl, jaký je důvod jeho vzniku, atd.

Není zde však vysvětlován pouze daný systém, ale také vše, co se týče obchodu. Tím je myšleno, co všechno musím udělat pro to, aby zákazník, kterému prodám produkt či poskytnu službu, byl spokojen natolik, že se bude vracet, i přesto, že v okolí se nachází podnik, který se zabývá stejným produktem.

Toto všechno v praktické části své diplomové práce řeším jak z hlediska vnitřního, tak z vnějšího. Jelikož obojí s touto tematikou zajisté souvisí.

Nakonec zmiňuji několik návrhů pro zlepšení firmy, a to podle aktuálních trendů v managementu.

2. Literární rešerše

2.1 Podnikání

Podnikání je činnost, kterou lze vysvětlit jako snahu o vytvoření něčeho navíc a není bráno v potaz, zda se jedná o peníze, či například postavení nové budovy pro děti.

Kromě toho může podnikání znamenat přístup k procesu, podnikavý přístup k činnosti. Nejde tedy o samotnou přidanou hodnotu, ke které činnosti vedou, jde o dané postupy – zájem a snahu o zlepšení stavu. (Jitka Srpová, 2010)

2.1.1 Podnik

Definice podniku dle (Synek, 2006) vychází z obchodního zákoníku, dnes zákonu o obchodních korporacích, v němž je popisován jako soubor hmotných, nehmotných a osobních podnikání.

Podle (Dana Martinovičová, 2014) je podnik místo, které bylo vytvořeno k provádění podnikatelské činnosti. Zároveň se jedná o jakýkoliv útvar vykonávající hospodářskou činnost, přičemž není hleděno na právní formu dané instituce.

Podnik lze chápat také jako subjekt, jehož úkolem je vykonávání činnosti, kterou se rozumí nabízení zboží či služeb na trhu. Prvotním cílem podniku je přežít na trhu a uchovat se jako podnik. (Jiří Dvořáček, 2012)

2.1.2 Podnikatel

Podnikatelem se může stát jak fyzická, tak právnická osoba, která obdržela živnostenské oprávnění. Toto oprávnění je dokládáno pomocí živnostenského listu, či prostřednictvím koncesní listiny. (Synek, 2006)

V knize (Jitka Srpová, 2010) je pojem vysvětlován jako zprostředkovatel, prostředník nebo také osoba, která se vyznačuje svou odpovědností za velké projekty.

„Podnikatelé jsou někdy považováni buď za **vlka**, kterého je třeba zabít, nebo za **krávu**, kterou je třeba stále dojit. Přitom by však měli být považováni za **koně**, který táhne káru.“ (W. Churchill)

2.2 Prostředí

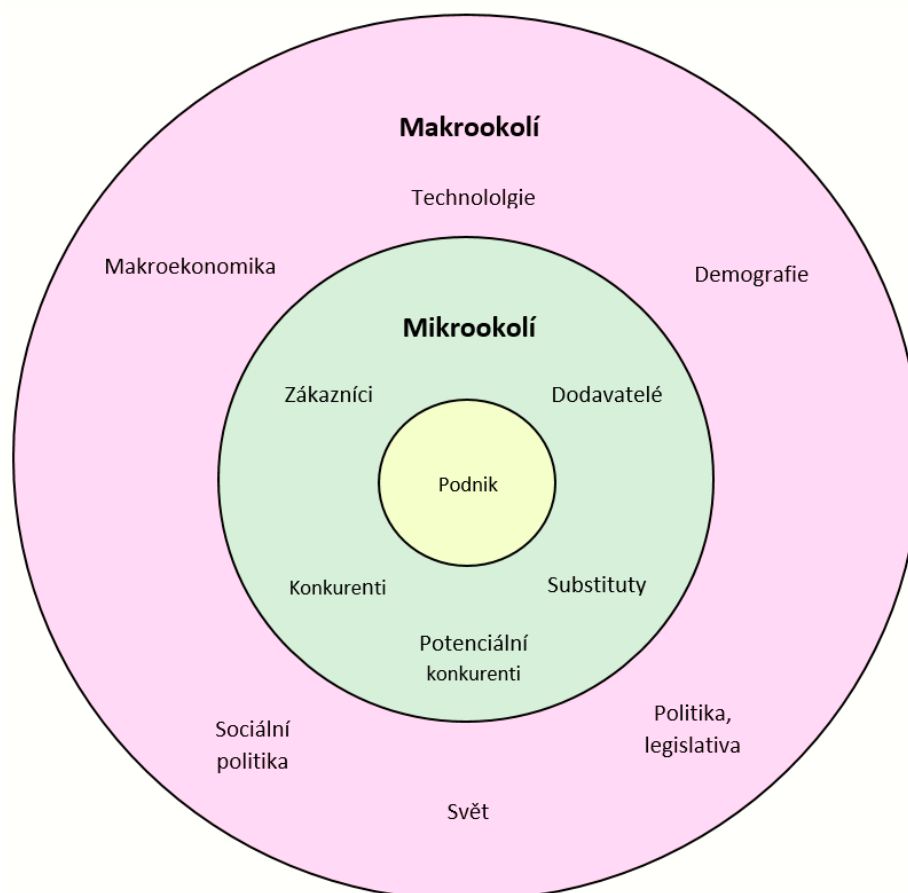
Ve většině případů je prostředí podniku členěno na prostředí **vnější** a **vnitřní**. Vlivům těchto prostředí se podnik musí přizpůsobit.

2.2.1 Vnější prostředí

Toto prostředí lze rozdělit např. na prostředí:

- a) **lokální** – blízké okolí podniku, ze kterého podnik získává své vstupy, např. pracovní síly, suroviny, energie, atd.
- b) **národní** – státní
- c) **integračního seskupení** – regiony přesahující území státu
- d) **světové**

Další možné dělení vnějšího prostředí je na **mikrookolí** a **makrookolí**.



Obrázek 1: Okolí podniku; Strategie podniku

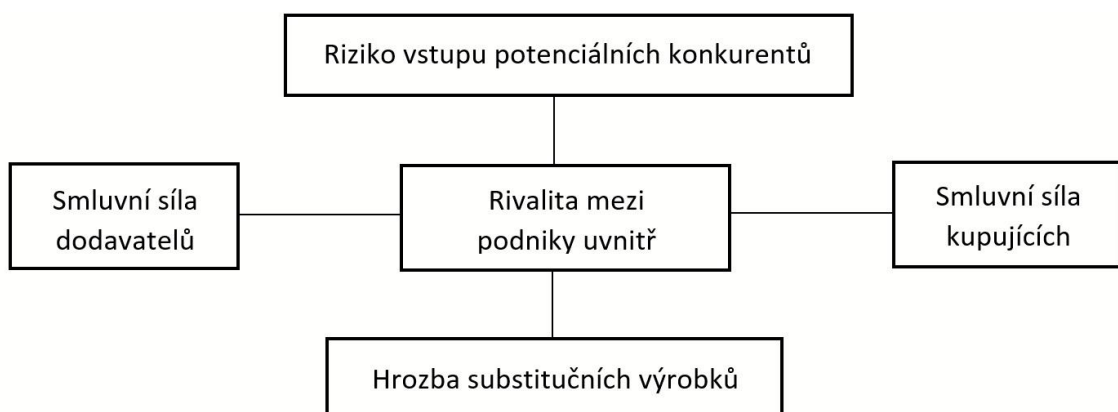
a) Mikrookolí

- často je označováno jako odvětví, někdy také jako podnikatelské prostředí
- bezprostředně obklopuje podnik
- jedná se často o podobné podniky, jejichž výrobky se dají navzájem substituovat
- jako součást mikroprostředí lze taktéž uvést např. dodavatele, zákazníky podniku, atd.

Při analyzování mikrookolí je potřeba řešit konkurenční síly, které jsou schopné ovlivnit daný podnik. Dále je nutné také nalézt příležitosti a ohrožení podniku a následně na tyto analýzy reagovat a využít je v prospěch podniku.

K účelu analýzy vznikl tzv. model pěti sil, který objevil E. Porter z Harvard School of Business Administration. Tento model je složen z následujících bodů:

- rizika vstupu potenciálních konkurentů,
- rivalita mezi stávajícími podniky,
- smluvní síly kupujících,
- smluvní síly dodavatelů,
- hrozby substitučních výrobků. (Dedouchová, 2001)



Obrázek 2: Porterův model pěti sil; Strategie podniku

b) Makrookolí

- je společné pro všechny mikrookolí, tudíž i podniky
- jeho činností je vytváření podmínek, kterými se musí řídit při podnikání všechny podniky v dané zemi
- jedná se o faktory, které mohou ovlivnit poptávku a ovlivňují zisk společnosti
- mezi nejdůležitější elementy, které jsou zahrnovány do makrookolních faktorů patří:
 - makroekonomické okolí,
 - technologické okolí,
 - okolí sociální politiky,
 - demografické, politické a legislativní okolí,
 - celosvětové okolí.

Makroekonomickým okolím je myšlen stav ekonomiky.

Technologické okolí je nejčastěji vysvětlováno na elektrotechnickém průmyslu. Jedná se o velmi rychlé změny. To, co je prodejné dnes, nemusí být u elektrotechniky prodejné také zítra, jelikož pokrok v této oblasti je velmi rychlý.

Sociální okolí je zaměřeno na zlepšování životního prostředí. Dochází k zpřísnování podmínek, co se této oblasti týče. Tudíž když chce například podnik zvýšit výrobu, čímž dojde k vyššímu znečištění životního prostředí, např. vypouštění odpadních vod do vod povrchových, buďto je nucen zaplatit poplatky za toto znečištění, nebo je mu navýšení výroby zakázáno.

Demografické okolí je významné z hlediska neustálého proměňování složení obyvatelstva státu.

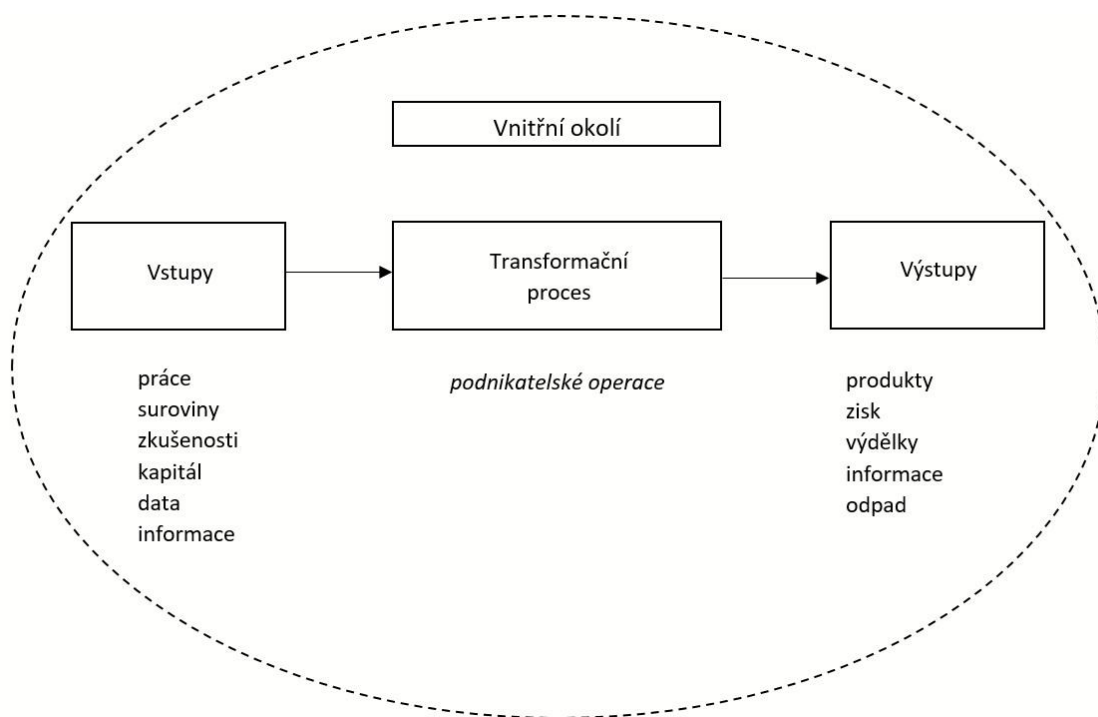
Politické a legislativní okolí je důležité proto, že mnoho legislativních omezení může podnik ve velké míře omezit v jeho možnostech.

Světové okolí se týká propojení českého trhu s trhem zahraničním. Přináší šanci rozšíření trhu, ale rovněž je velké riziko silné zahraniční konkurence.

2.2.2 Vnitřní prostředí

Co se týče vnitřního prostředí podniku, jedná se o faktory, které působí na podnik zevnitř.

Jedná se především o vstupy podniku, ale taktéž o jeho výstupy. O jaké faktory se konkrétně jedná, lze vidět na obrázku viz níže.



Obrázek 3: Vnitřní okolí podniku; Podnik a jeho okolí

Vnitřní okolí je možné posuzovat v rámci tzv. **Goldrattovy teorie omezení**. Každý podnik je založen za nějakým účelem. Tento účel je stanoven majitelem podniku. Tudiž i cesty, kterými se přibližovat k cíli, určuje majitel podniku a všechny rozhodnutí jsou hodnocena z hlediska dopadu na daný cíl podniku.

Problémem stojícím v cestě může být jakési omezení. Jednat se může např. o limitované množství zdrojů, vymezená pravidla podniku, atd.

V rámci dané teorie by mělo dojít k nalezení omezení podniku a následné sladění omezení a cíle podniku. (Jan Váchal, 2013)

2.3 Management

2.3.1 Co je to management?

Management, neboli řízení, vyjadřuje proces, při kterém manažer zajišťuje prostředí, ve kterém lidé pracují společně ve skupinách tak, aby dosáhli co nejefektivnějšího výsledku a co nejvíce se tak přiblížili požadovaným cílům. (Synek, 2006)

Management je jedna z nejdůležitějších činností. Sleduje chování lidí – vedoucích i podřízených, v průběhu činností provádějících k dosažení cíle. Jedná se o proces tvorby a udržování prostředí, ve kterém jednotliví pracovníci vytváří skupiny a společně dosahují cíle. (Jiří Dědina, 2005)

2.3.2 Manažer

Jak bylo uvedeno výše, cíle podniku určuje jeho majitel. Aby ale cíle docílil, musí být zároveň dobrým manažerem.

Manažer je (Templar, 2006) vysvětlován jako osoba, která dosahuje určených cílů prostřednictvím jiných lidí. Je to někdo, kdo odpovídá za plány, realizaci a kontrolu veškerých úkolů. Zároveň je to někdo, kdo má za úkol organizovat, delegovat, hodnotit a sestavovat rozpočty tak, aby dosahoval stanoveného výsledku.

(Synek, 2006) považuje za manažera člověka, který plní základní manažerské funkce. Do těchto funkcí zahrnuje plánování, organizování, výběr či vedení lidí.

Osobnost manažera by se neměla kvůli řízení podniku změnit. Je dobré trochu ji přizpůsobit potřebám. Musí to být ale v určité akceptovatelné míře. V případě, že manažer změni svou osobnost od základu, projekt může tímto úkonem velmi utrpět. (Plamínek J. , 2008)

Manažer by měl podle (Green, 2010):

- poskytovat nástroje a prostředky, které by měli pomoci k dosažení dobrého pracovního výkonu,
- pravidelně chválit a projevovat uznání za dobře vykonanou práci,
- zajímat se o podřízeného jako o člověku,
- informovat zaměstnance o zamýšlených plánech a dalším rozvoji podniku,
- udávat podřízeným jasný směr, správně vysvětlit požadované cíle a instrukce,
- dokonale rozumět požadavkům, které chce po svém podřízeném.

2.3.3 Strategie

Pokud chce být podnik úspěšný, je třeba, aby věděl, jak chce úspěchu dosáhnout. Je tedy potřeba vytvořit nějaký plán neboli strategii.

(Dedouchová, 2001) ve své knize definuje strategii jako dokument, ve kterém je obsažen popis dlouhodobých cílů podniku. Zároveň by měl stanovovat průběh počinů a rozplánování zdrojů potřebných k plnění daných cílů.



Obrázek 4: Vztah mezi posláním podniku, podnikovými zdroji a schopnostmi a okolím podniku; Strategie podniku

2.4 Elektronická evidence tržeb (EET)



Obrázek 5: Logo etrzby, <https://www.etrzby.cz/cs/608>

2.4.1 Historie systému

Elektronická evidence tržeb neboli EET, byla v České republice zavedena v roce 2016. Systém byl tedy zaveden už před 2 lety. Před Českou republikou byl tento systém aktivně využíván také v Chorvatsku, Maďarsku, Slovinsku, přičemž v každé zemi byly nastaveny trochu odlišné podmínky. V Maďarsku jsou využívány tzv. hybridní systémy registračních pokladen. Například na Slovensku byl systém Evidence elektronické evidence tržeb označen za nepovinný. (etrzby, 2016)

V ostatních zemích Evropy jsou tržby evidovány pouze „offline“ prostřednictvím registračních pokladen. Česká republika byla šestnáctou zemí EU v pořadí zavádění evidence tržeb.

Registrační pokladny, o kterých bylo psáno výše, byly v procesu řešení již od roku 1999, přičemž jejich propagátorem byla strana ČSSD. V zákoně byly zaznamenány v roce 2005, přičemž jejich zamýšlené povinné zavedení, které bylo plánované na rok 2007, bylo po nástupu Mirka Topolánka do strany ODS, zrušeno.

O Elektronické evidenci tržeb bylo jednáno od roku 2014. Po 2 letech jednání, nekonečných dohadách a úpravách systému, byl v roce 2016 systém Elektronické evidence tržeb opravdu zaveden (Demagog, 2016)

2.4.2 Koho a čeho se elektronická evidence týká

Do elektronické evidence tržeb by měly spadat tržby, které splňují náležitosti dle § 5 ZoET a zároveň jsou základem rozhodných příjmů dle § 6 ZoET.

Ve výše uvedeném § 5 ZoET jsou popsány náležitosti tzv. formálních tržeb, na které se evidence vztahuje.

Tržby uvedené v tomto paragrafu by měly být prováděny v hotovosti, platební kartou, šekem, směnkou, či jinými formami paragrafem uvedených podmínek. (E-tržby, 2016)

Pod pojmem rozhodný účet si lze představit příjem z činností, které jsou spojeny s podnikáním. Není hleděno na to, zda se jedná o podnikatele, který je zařazen mezi poplatníky daně z příjmů fyzických osob, nebo je poplatníkem daně z příjmů právnických osob.

Z příjmů, kterých se elektronická evidence týká, lze však vyřadit jakési výjimky. Nepatří sem příjmy, které nelze zařadit do předmětu daně, dále příjmy ojedinělé, dále také příjmy, které už jsou vybírány srážkou podle zvláštní sazby daně a dále jsou také vyloučeny příjmy, které spadají do daně ze samostatného základu daně u právnických osob.

V případě pochybností o určení příjmů, zda se do elektronické evidence tržeb zařazují, či ne, lze požádat o tzv. závazné posouzení, v rámci kterého se určí, zda příjem evidován bude, nebo je této povinnosti zproštěn. Žádost je účtována s poplatkem 1000 Kč.

2.4.3 Důvod vzniku elektronické evidence tržeb

System elektronické evidence tržeb byl zaveden, jelikož v České republice dlouhodobě docházelo k rozsáhlému krácení daňových povinností v některých podnikatelských oblastech. Podle Českého statistického úřadu se suma nevykázaných příjmů vyšplhala až na přibližně 170 mld. Kč/rok.

Kvůli nedostatečné informovanosti finanční správy, nemohlo docházet k potřebnému množství cílených daňových kontrol. Proto muselo dojít k zavedení právě systému Elektronické evidence tržeb, který byl zaveden, aby došlo k omezení, nebo nejlépe úplnému zamezení daňových úniků. Zároveň by měl systém poskytovat potřebné informace o tom, zda podnikatel své tržby vykazuje správně.

Díky systému Elektronické evidence tržeb by mělo dojít k nastolení rovnocennosti v rámci tržního prostředí. Měly by být odstraněny rozdílnosti v podmínkách všech navzájem konkurenčních podniků. V oblasti stravovacích služeb se jedná o snížení sazby DPH, a to z 21% na 15%. Z tohoto snížení sazby je vyloučen alkohol spolu s tabákovými výrobky a doplňkovým sortimentem.

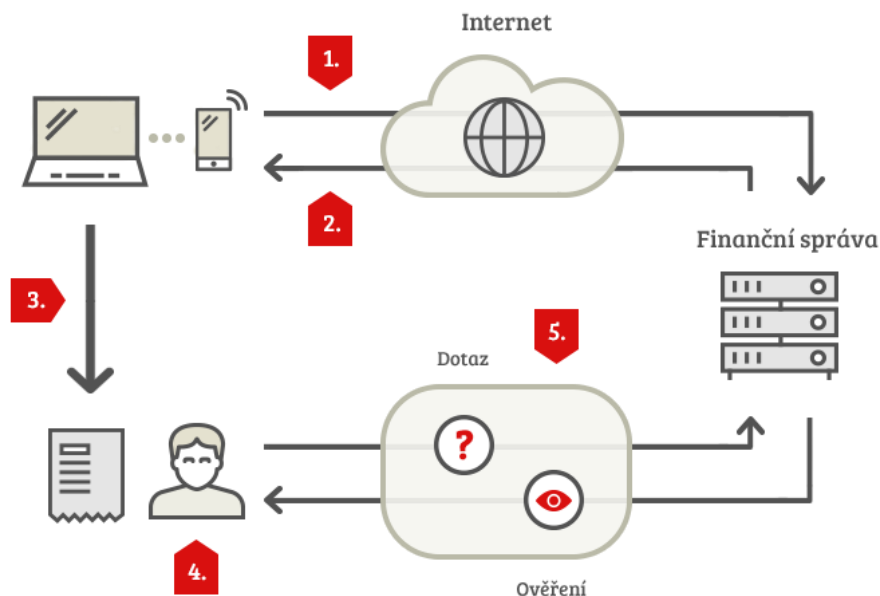
System by měl přispívat i k menší náročnosti administrativních povinností, které byly na podnikatelích vyžadovány kvůli namátkovým daňovým kontrolám. Kromě toho má každý lepší přehled o svých činnostech z minulosti a tudíž nemusí nic složitě dohledávat (etrzby, 2018)

2.4.4 Použití elektronické evidence tržeb

Každá provedená transakce musí být podnikatelem zaslána prostřednictvím zprávy ve formátu XML finanční správě. Formát XML je používán kvůli velmi dobré přenositelnosti informací. Jedná se o formát velmi jednoduchý, ale zároveň velmi otevřený. Je schopen přenášet data včetně jejich významu. Kromě již zmíněných důvodů je XML formát vhodný také proto, že informace přenášené pomocí něj jsou velmi malé velikosti (Štráfelda, 2014).

Finanční správou je podnikateli, prostřednictvím jejího systému, nazpět zasláno potvrzení o tom, že jí byla datová správa o transakci zaslána. V potvrzení lze najít tzv. fiskální identifikační kód, který je následně podnikatelem předán zákazníkovi prostřednictvím účtenky, kterou je podnikatel povinen zákazníkovi vystavit a předat.

Zákazníkovi je umožněno ověřit si svoji účtenku na daňovém portálu. Zároveň i podnikateli je umožněna, prostřednictvím Elektronické evidence tržeb, kontrola tržeb, kterou nalezne pod svým jménem přímo v této webové aplikaci (etrzby, 2016).



Obrázek 6: Funkční schéma online EET, <http://www.ekonom-system.cz/cz/aktuality/aktualita/180>

2.4.5 Vybavení potřebné pro využívání Elektronické evidence tržeb

Vybavení, které podnikatel potřebuje k tomu, aby byl schopen využívat systém Elektronické evidence tržeb, je potřeba následující:

- jakékoliv zařízení, které je schopné komunikovat elektronicky, tedy takové, které umožňuje připojení k internetu, např. počítač, tablet, mobilní telefon, pokladna, či pokladní systém, možností má podnikatel opravdu mnoho,
- připojení k internetu, které je potřebné zejména při přijetí platby,
- není žádný předpis, který by podnikateli určoval, jak má vypadat pokladna, či software potřebný k Elektronické evidenci tržeb, stačí, když je pomocí vlastního zařízení schopen splnit svoji povinnost, tedy zaslat informace o provedení tržby finanční správě a následně vydat účtenku s kódem. (AMSP ČR, 2018)

2.4.6 Kde koupit potřebné zařízení

Prodejem registračních pokladen se zabývá mnoho prodejců, proto by pro podnikatele neměl být problém, najít na trhu jednu vhodnou.

Ceny registračních pokladen se pohybují dle (heureka, 2018) od 474 Kč do 60 488 Kč.

Je samozřejmé, že od ceny pokladny se odvíjí její kvalita. Dle internetových stránek, zabývajících se porovnáním cen s kvalitou daného produktu, je nejlépe hodnocená elektronická registrační pokladna pohybující se cenově kolem 6 000 Kč.

Na trhu lze najít mnoho různých značek registračních pokladen, mezi které patří například značky CHD, FiskalPRO, Sunmi Rakeeta, Elcom Euro, SmartPOS, Star pokladny, Markeeta, Lynx atd.

2.4.7 Postihy za nedodržování podmínek elektronické evidence tržeb

Dle (etrzby, 2016) za nedodržení pravidel platných dle zákona o Elektronické evidenci tržeb může být podnikateli udělena pokuta až ve výši 500 000 Kč. Tato výše pokuty hrozí v případě, že není podnikatelem zaslána zpráva o tržbě správci daně, nebo nevystaví-li podnikatel zákazníkovi účtenku.

Pokutou do hodnoty 50 000 Kč může být postižen ten, kdo neumístí informační oznámení o Elektronické evidenci tržeb, nebo jedná tak, že může dojít k zneužití údajů, či certifikátů pro evidenci tržeb.

2.4.8 Dopady Elektronické evidence tržeb

Na počátku zavedení Elektronické evidence tržeb bylo prorokováno nespočetné ukončování činnosti podniků po celé České republice. Podle (irozhlas, 2018) za loňský rok, rok 2017, opravdu ukončilo svoji podnikatelskou činnost přes 3000 hospod a restaurací. Z toho většina podniků byla venkovských.

Zároveň však došlo k nárůstu počtu registrací k DPH o 854 ekonomických subjektů. První vlna zavádění elektronické evidence tržeb začala v prosinci 2016, a to v segmentu ubytovacích a stravovacích služeb. V tomto odvětví byla v období jednoho roku od započetí Elektronické evidence tržeb změněna struktura podnikatelů. Ukončen provoz

byl v rámci České republiky v 1 506 provozovnách. Zároveň však došlo k registraci 2 465 nových subjektů.

V důsledku změn, ke kterým došlo během jednoho roku fungování systému Elektronické evidence tržeb, bylo ministerstvem financí České republiky uvedeno, že systém Elektronické evidence tržeb má na veřejné rozpočty pozitivní vliv, jelikož bylo inkasováno 5,2 mld. Kč DPH.

V rámci kontrol dvouletého fungování Elektronické evidence tržeb podstoupilo kontrolu téměř 160 113 z celkových 177 000 podniků zapojených do systému Elektronické evidence tržeb. Přičemž z daných provozoven 12 950 bylo pokutováno za nedodržení předpisů. Pokuty byly vyčísleny v hodnotě 128,3 mil Kč. Nejčastěji byly podniky potrestány za nevystavení účtenky.

Předpokládané náklady na zavedení Elektronické evidence tržeb budou dle odhadů finanční správy činit 370 mil Kč a další roky přibližně 310 mil Kč za každý rok.

Spolu se zavedením EET došlo v průběhu posledního roku ke snížení DPH některých potravin z 21% na sníženou sazbu 15%. Dalším kladným doprovodem Elektronické evidence tržeb lze uvést snížení zaměstnaných pracovníků tzv. načerno právě v odvětví pohostinství, což ve výsledku mělo dopad na průměrné mzdy, které byly díky tomu navýšeny. Takto hodnotí působení Elektronické evidence tržeb Václav Stárek, prezident Asociace hotelů a restaurací ČR. (Zprávy aktuálně, 2017)

2.4.9 Účtenková loterie

Pro motivaci zákazníků brát si účtenky v rámci Elektronické evidence tržeb v obchodech, restauracích či jiných podnikách, došlo k zavedení soutěže s názvem „Účtenkovka“. Jedná se o jakousi účtenkovou loterii.

Pokud si zákazník účtenku v podniku vezme, může se této loterie zúčastnit. Stačí postupovat takto:

- vzít si v podniku svoji účtenku
- navštívit oficiální web, který spravuje Ministerstvo financí,

- vyplnit z účtenky na této stránce BKP nebo FIK kód, celkovou tržbu a datum a čas vydání účtenky,
- účtenka je zaregistrována a chová se jako sázka do loterie.

Losování	Počet aktivních hráčů	Počet účtenek ve slosování
říjen 2017	452 691	11 137 598
listopad 2017	477 952	14 564 956
prosinec 2017	446 890	14 861 223
leden 2018	426 000	13 792 381
únor 2018	422 793	13 620 304
březen 2018	420 979	15 871 430
duben 2018	407 777	14 831 880
květen 2018	394 476	15 188 176
červen 2018	379 450	14 078 198
červenec 2018	361 837	13 218 011
srpen 2018	357 045	13 782 147
září 2018	346 873	12 687 152

Obrázek 7: Slosování účtenkovky; www.podnikatel.cz

V této akci již bylo zaregistrováno téměř 13 000 000 účtenek, přičemž aktivních hráčů je kolem 350 000, a to k září 2018.

Bylo rozděleno již 21 000 výher, přičemž hodnoty se pohybují od 100 Kč po 1 000 000 Kč. Celková částka, která putovala mezi zákazníky tak dosáhla cca 4 900 000 Kč. Jeden výherce dokonce obdržel automobil značky Ford Focus Kombi.

Počet aktivních hráčů se drží pořád na přibližně stejné úrovni, přičemž v posledních měsících došlo k drobným poklesům počtu zúčastněných. (Podnikatel, 2018)

2.4.10 Názory na Elektronickou evidenci tržeb

Názory na Elektronickou evidenci tržeb se velmi liší. Někdo s Elektronickou evidencí tržeb souhlasí, někdo je těžce proti tomuto systému a někteří občané tuto aféru vůbec neřeší.

2.5 Poskytování služeb jako náplň podnikání

2.5.1 Jak na to

Je čím dál tím těžší na trhu proniknout. Služeb je hodně. Mnoho produktů je podobných, ne-li stejných. Odlišnosti jsou často vidět jen na obalu/prezentaci produkováných služeb.

Pokud se jedná o podnikání zaměřené na služby, je důležité, aby byla služba chtěná, aby byla kvalitní, aby lidé, kteří se na poskytování služeb podílejí, měli chuť ji prodat a aby docházelo k fungování tzv. loajality práce.

K dalším potřebným dílkům, které jsou potřebné k vytvoření celku, patří určitě reklama. Donedávna bylo možné dočíst se o produktech či nabízených službách pouze v novinách, či v televizi, atd.

Dnes však, v době internetu dochází k propagování úplně jiných rozměrů. Internetem je ovlivněna velká část populace. Reklamní komunikace probíhá prostřednictvím například e-mailu, blogů, sociálních sítí, mobilních aplikací, e-shopů, diskusních fór a dalších komunikačních prostředků, které jsou schopny ovládnout lidskou mysl právě skrze jediný klik na internetových stránkách.

Nejdůležitějším faktorem při poskytování služeb je však spokojený zákazník. Jelikož, jak uvádí Hazdra a kolektiv, „Spokojený zákazník to řekne třem známým, nespokojený třem tisícům“. V dnešním světě jsou tato slova velmi trefná.

Rezence, které díky internetu vznikají o poskytováných produktech či službách na webových stránkách obsahují data, na která zákazník velmi dá. Jak jinak mezi tisíci produkty vybrat ten správný, bez jakýchkoliv předešlých zkušeností s tímto daným produktem či službou.

Proto je velmi důležité v dnešním světě využívat technické vybavení a komunikovat se zákazníkem skrze moderní technologie. (Hazdra & kolektiv, 2013)

2.6 Cestovní ruch

Cestování lze v dnešní moderní době označit jako velký fenomén. Svět se točí a lidé s ním po různých koutech světa. Cestování je dle **Beránka** jakýmsi přemísťováním

jednotlivců. Už odpradávná existovaly kočovné kmeny, které se přemisťovaly z místa na místo za účelem najít vhodnější klimatické podmínky nebo pastviny pro svůj dobytek.

Dnes lze aktivity spojené s cestováním zařadit mezi koníčky lidí, nebo jako druh zábavy. Lidé se odměňují odpočinkovými, gastronomickými, poznávacími, či regeneračními pobyty v různých částech světa.

S cestováním je spojován také cestovní ruch. Ten je na rozdíl od cestování ovlivňován ekonomikou. Jedná se o předem naplánovaný, organizovaný druh cestování, a to většinou ve větších skupinách lidí. Jedná se o dočasné přesídlení.

Jinými zdroji je cestovní ruch označován jako místo, kterému panuje cestovní kancelář, která z různých možných odvětví vytvoří jakýsi turistický produkt. (Beránek & kolektiv, 2013)

Cestování a cestovní ruch jsou označovány jako 2 rozdílné pojmy, viz tabulka níže.

CESTOVÁNÍ	CESTOVNÍ RUCH
– cestování jednotlivců	– hromadné cestování ve velkých skupinách
– přechodný pobyt na jiném místě	– poskytování specifických služeb (ubytování, stravování, atd.)
	– větší organizace

Tabulka 1: Cestování a cestovní ruch; Nové trendy v nabídce cestovního ruchu

(Kotíková, 2013)

2.7 Ubytovací služby

2.7.1 Hotel

Dle definice kategorií ubytovacích zařízení Ministerstva financí pro místní rozvoj je hotel řazen mezi ubytovací zařízení, která by měla zahrnovat nejméně 10 pokojů pro hosty. Pokoje jsou poskytovány pro účely přechodného bydlení.

Kvalita hotelu je hodnocena tzv. třídami, kterých je u hotelu 5. Často jsou hotely označovány různým počtem hvězdiček, dle kterých se určuje daná třída a očekávaná úroveň hotelu.

2.7.2 Motel

Pro motely je počet minimálního počtu pokojů stejný jako pro hotely. Nejméně by tedy měly nabízet 10 pokojů pro hosty. Tento druh ubytování umožňuje ubytování především motoristům. Tedy řidičům automobilů, motocyklů, atd.

Tento druh ubytování se na rozdíl od hotelů člení pouze do 4 tříd. Od hotelů se odlišuje také tím, že se nachází nedaleko pozemních komunikací a vlastní parkovací místa, která umožňují motoristům parkovat přímo u místa přechodného bydliště.

Další odlišností je, že recepce je často umístěna mimo ubytovací budovu.

2.7.3 Penzion

Penziony mohou nabízet, na rozdíl od již zmíněných ubytovacích služeb výše, jen 5 pokojů. Maximální počet je zde také omezen a to na 20 pokojů pro hosty.

Penzion je jakási nižší třída hotelů. Nebývá natolik vybaven společenskými možnostmi a doplňkovými službami. Stejně jako motel je i penzion rozdělován do 4 tříd.

Stravovací možnosti jsou u penzionu omezené, jelikož jeho součástí většinou nebývá restaurační zařízení. I když ale některé penziony restauraci nemají, je jejich povinností umožnit hostům alespoň pobyt v jakémsi stravovacím prostoru, kde si hosté připraví jídlo sami, nebo mohou alespoň místnost využít pro relaxaci.

2.7.4 Botel

Ubytovací zařízení, které se nachází na lodi a je trvale zakotvené na vodě se nazývá botel. Jedná se o méně častou variantu ubytovacích služeb. Pokojům v botelu se říká kajuty.

Řadí se stejně jako předešlé dvě varianty do 4 tříd. Dělení dle kvality ubytovacích služeb se shoduje s kritérii u hotelů. Odlišnosti jsou pouze v některých drobnostech. Jedná se například o:

- nemožnost doplnit do obytné kajuty příležitostné lůžko,
- jiné rozměry lůžek,
- jsou odlišné minimální plochy podle tříd.

2.7.5 Specifická hotelová zařízení

Kromě běžných ubytovacích zařízení lze najít někdy i speciální ubytovací služby. K odlišnostem těchto výjimečných ubytování patří například poloha, styl uspořádání nebo služby, které tento typ zařízení poskytuje včetně volnočasových aktivit. Příklady těchto specifických zařízení viz níže.

- **Lázeňský/Spa hotel** – hotel, který je výjimečný tím, že nabízí možnost využití svých vlastních specifických léčebných procedur. Nachází se v lázních, přičemž každé jsou typické jinou léčebnou silou přírodních faktorů.
- **Ekohotel** – hotel, kterému bylo uděleno jakési ocenění za „Ekologicky šetrné služby“, které v podobě certifikátu předává hotelu v České republice přímo Ministerstvo životního prostředí. Odlišnost je v omezení spotřeby vody, energie, produkce odpadů, dále by měl snižovat svoji produkci odpadů a využívat produkty, které jsou ohleduplné k životnímu prostředí.
- **Wellness Hotel** – hotel, který je ohodnocen počtem 3 až 5 hvězdiček a zároveň je poskytovatelem wellness služeb,
- **Resort/Golf Resort** – toto zařízení je vybaveno kromě jiného také golfovým hřištěm. Hřiště by mělo odpovídat jakýmsi parametrům. Mělo by obsahovat 9 jamek a mělo by mít striktně dané parametry.

Kromě těchto ubytovacích služeb jsou v nabídce například hotel pro domácí mazlíčky, hotel pro děti, atd. (Beránek & kolektiv, 2013)

2.7.6 Ostatní ubytovací zařízení

Kromě výše uvedených ubytovacích zařízení, která jsou většinou typická komfortním prostředím, existují i další místa pro přechodné bydlení a odpočinek.

Jedná se například o různé **kempy, chaty**, či **turistické ubytovny**.

2.7.7 Vývoj hotelnictví

Možnosti přechodného ubytování byly rozvíjeny již před počátkem 1. světové války. Během 20. let docházelo k růstu úrovně života lidí, docházelo k rozvoji dopravních infrastruktur a zároveň navyšování počtu dopravních prostředků a jejich úrovně.

Díky neustálému rozvoji začala vznikat právě již zmíněná ubytování. Ta měla lidem umožnit nejen nocleh v teple a suchu, ale také odpočinek od každodenních starostí a monogenních činností. Lidem bylo tak umožněno uvolnit se v příjemném prostředí, daleko od starostí a zároveň vidět nová místa nacházející se v okolí daného ubytování.

Zlom přišel po první světové válce. Všechny sféry byly ovlivněny a u cestovního ruchu tomu nebylo jinak. Docházelo k postupnému přeskupování územních celků. Poté se však i přes existenci hospodářské krize, která byla následkem krachu newyorské burzy, začalo hotelnictví opět rozvíjet.

Budování hotelových škol a následně i rozvoji hotelů nejen pro vysoké, nýbrž již i pro nižší třídy lidí, bylo zabráněno druhou světovou válkou.

Po druhé světové válce bylo hotelnictví enormně rozvíjeno.

V České republice jsou počátky hotelnictví zaznamenány už od poloviny 12. století. V té době docházelo k budování tzv. **komend**, neboli útulků pro chudé a nemocné obyvatele. Tato stavení byla zřizována maltézskými rytíři, kteří se v rámci své víry starali o poutníky a pocestné.

Následně docházelo k rozvoji především lázeňských měst.

České republice bylo také v rozvoji hotelnictví zabráněno první světovou válkou, kdy lázeňská městečka byla obsazena vojáky, kterým stavení sloužila jako kasárny.

Rozvoj hotelnictví byl v České republice zaznamenán mezi válkami.

Po roce 1989 byla velmi oblíbeným místem cestovního ruchu Praha. Hotely byly v tu dobu opravdu hojně využívány turisty, přičemž obsazenost pražských hotelů činila v té době 90%.

Kromě možnosti přespání bylo obsaženo v hotelových službách také stravování a další služby. Tyto služby lze dělit na:

- **základní služby** – podle velikosti či typu ubytovacího zařízení jsou nabízeny ubytovací služby, stravovací služby, popřípadě další návazné služby,
- **doplňkové služby** – mezi tyto služby lze řadit například donášku zavazadel hostů, praní prádla, možnost využití směnářských služeb, atd. (Beránek & kolektiv, 2013)

3. Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je metodou hojně využívanou především v sociologii, ale i v psychologii, kulturní a sociální antropologii, managementu, marketingu, atd.

Výzkumy, ke kterým dochází prostřednictvím těchto dotazníků, jsou prováděny na základě tzv. analýz. Analýzy probíhají prostřednictvím matematických úkonů a statistických metod.

Následně jsou informace získané z těchto postupů zaslány či sděleny ústně konkrétnímu subjektu, pro který je daný výzkum vytvořen.

V rámci dotazníkového šetření se nejčastěji zkoumá například:

- chování lidí v určitých specifických situacích,
- víra lidí v to, co vidí, slyší, atd.,
- názory a postoje na daná témata,
- demografické informace,
- znalosti lidí například z pohledu pedagogického výzkumu,
- volební preference, které jsou následně důležité pro odhad výsledků.

Výsledky zjištěné v dotazníkovém šetření jsou často následně vyobrazeny v grafech a komentovány pro lepší pochopení i pro člověka ne zcela zasvěceného do dané tematiky. (Sedláková, 2014)

4. Cíle a metodika

4.1 Cíl práce

Cílem této diplomové práce je zhodnotit využití Elektronické evidence tržeb a v rámci toho zanalyzovat podmínky legislativní úpravy a zároveň její praktické využití. V rámci analýzy bude zkoumáno také vnitřní prostředí zvoleného podniku. Do řešení bude zahrnuto rovněž zkoumání dopadů na vnímání hodnoty výstupů zákazníky. Kromě toho budou vypracovány návrhy dle aktuálních trendů v managementu.

4.2 Metodika

K tomu, aby bylo docíleno správných postupů v rámci praktické části diplomové práce, jsou veškerá témata, která jsou potřeba k analyzování situace podniku a následnému hodnocení, řešena v teoretické části této diplomové práce, která je představena v rámci literární rešerše.

V literární rešerši je čerpáno z odborných zdrojů, vypůjčených v Akademické knihovně Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Kromě knih jsou využity také elektronické zdroje. Mezi ty jsou zařazeny jak elektronické knihy a články, tak internetové stránky.

Odborná literatura se týká různých témat, která jsou potřebná k vysvětlení řešené problematiky. Potřebná jsou témata jako podnikání, prostředí, management a manažer, ubytovací služby. Důležitou součástí literární rešerše je také využívání systému elektronické evidence tržeb a jsou uvedeny podrobné informace o jeho fungování, předpisů, potřebného vybavení, atd.

V úvodu praktické části bude představen analyzovaný podnik Hospoda Na Louži, s.r.o., který je vhodný k vypracování postupů této diplomové práce. Podnik bude nejprve uveden z obecného hlediska. Práce se podotkne rovněž historického vývoje podniku, jeho vlastnictví, či dalších informací, které je možné nalézt na internetových stránkách podniku, či v jiných veřejně dostupných věrohodných zdrojích.

Následně bude na podkladě informací zjištěných o podniku vypracován dotazník určených k analýze změn, které nastaly po zavedení systému Elektronické evidence tržeb, a to konkrétně z pohledu zákazníka podniku.

Na podkladě zjištěných informací bude navrženo, k jakým změnám by se mělo vedení podniku přiklonit, přičemž bude navrženo několik možností.

V rámci analýzy bude zjišťována také konkurenceschopnost podniku, přičemž následně dojde k nabídce možností, kterými by se dalo konkurenceschopnost podniku zlepšit.

Analýza bude probíhat na základě hodnocení finančních a nefinančních ukazatelů. Dalším nástrojem bude například **SWOT analýza**.

Finanční ukazatele

V rámci finančních ukazatelů bude řešen ukazatel rentability. Konkrétním příkladem ukazatele bude rentabilita tržeb, jelikož tato diplomová práce se týká tématu Elektronické evidence tržeb, tudíž byly vybrány právě tržby.

Ukazatel rentability tržeb

- s rentabilitou tržeb se lze často setkat pomocí zkráceného názvu ROS

$$ROS_t = \frac{EAT_t}{Tržby_t} * 100 [\%] \quad [1]$$

Vzorec 1: Ukazatel rentability tržeb; Řízení a ekonomika firmy

Kde:

ROS rentabilita tržeb

EAT čistý zisk

t..... rok

Meziroční srovnání ukazatele ROS

$$\text{Meziroční změna v letech } t \text{ až } t + 1 = \frac{ROS_{t+1}}{ROS_t} * 100 \quad [2]$$

Vzorec 2: Meziroční srovnání ukazatele; Makroekonomická analýza - teorie a praxe

Nefinanční ukazatele

Ukazatele nefinanční nám představí, jaké má podnik výhody a nevýhody. Bude zjištěno, čím je podnik ovlivňován a na co by mělo vedení brát zřetel.

SWOT analýza

Název této analýzy je odvozen od prvních písmen anglických názvů analýzy, a to:

- **S**... strenghts = silné stránky,
- **W**... weaknesses = slabé stránky,
- **O**... opportunities = příležitosti,
- **T**... threats = hrozby.

Cílem **SWOT analýzy** je zjistit, jaké jsou slabé a silné stránky podniku vzhledem ke změnám, ke kterým v konkurenčním prostředí dochází. Jsou identifikovány slabé a silné stránky, které hodnotí vnitřní stránku podniku a hrozby a příležitosti, které jsou součástí stránky vnější. Na základě této analýzy bude vytvořena matice, která bude vyjadřovat všechny tyto segmenty. (Blažková, 2007)

Cílem podniku by mělo být omezit slabé stránky, podpořit stránky silné, využít příležitosti a snažit se predikovat a vyvarovat se možným hrozbám.

Dále bude provedena analýza vnitřního a vnějšího prostředí podniku. Kromě toho bude použita metoda **benchmarkingu**, která by měla rovněž zhodnotit konkurenceschopnost podniku.

V rámci diskuse bude zhodnocení na základě příkladu zvoleného podniku dáno do kontextu dopadu Elektronické evidence tržeb v rámci celé národní ekonomiky.

5. Praktická část

5.1 Charakteristika zkoumaného podniku

Podnik Hospoda Na Louži, s.r.o., který bude v následujících částech analyzován, byl založen již roku 1459. Předci společníků vlastnili budovu od roku 1992 a další generace drží tradici až dodnes. Podnik Hospoda Na louži, s.r.o. se zabývá jak ubytovacími, tak stravovacími službami.

Podnik je zapsán v obchodním rejstříku pod aktuální formou podnikání od 23. 9. 2015 a jsou o něm uvedeny tyto údaje:

Obchodní firma:	Hospoda Na Louži, s.r.o.
Právní forma:	Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)
Sídlo:	Kájovská 66, Vnitřní město
PSČ:	381 01 Český Krumlov
IČ:	044 25 693
Účetní období:	kalendářní rok
Základní kapitál:	200.000 Kč

Předmět podnikání:

- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.
- hostinská činnost.
- prodej kvasného lihu, konzumního lihu a lihovin. (Hrušková, 2017)

O vznik podniku se zasloužili dva společníci pocházející z jedné rodiny. Jedná se o strýce a synovce, kteří jsou zároveň jednateli podniku. Jedná se o pana Bc. Vlastimila Votřela a jeho synovce Ing. Miroslava Votřela. Každý z těchto společníků přispěl do základního kapitálu částku 100.000 Kč. Základní kapitál firmy tudíž činí 200.000 Kč.

5.2 Historie podniku

Podnik Hospoda Na Louži s.r.o. leží v centru Českého Krumlova. Jak bylo již uvedeno výše, své kořeny má podnik již v roce 1459, kdy vznikly první záznamy o tomto dvoupatrovém domě. Podnik je veden jak rodinný, přičemž jeho pojmenování vzniklo s největší pravděpodobností díky místním tradicím lidového označování.

Historie budovy byla zachována i při rekonstrukci, kterou podnik podstoupil. Byly ponechány prvky renesančního stylu spolu s klasicismem, kterého si lze všimnout při pohledu na průčelí či fasády.

V roce 1513 byl poprvé v historii zaznamenán první majitel domu. Majitelem byl tehdy Pavel Komínek. Budova měla následně mnoho dalších vlastníků. Kromě radního jím byl také purkmistr, konšel, zámecký purkrabí, přičemž všichni patřili mezi krumlovské měšťany. Budova byla ale též ve vlastnictví řemeslníků, kteří ji využívali jako zázemí své živnosti. Jednalo se například o koželuha, ševce, sladovníka, soukeníka či řezníka.

Další rekonstrukce proběhla v roce 1992. V té době proběhla hlavně rekonstrukce interiéru, který může připomínat období třicátých let 20. století. Budova se však až dodnes vyznačuje svou historickou podobou.

5.3 Vnitřní prostředí podniku

5.3.1 Historické jádro podniku

Hospoda Na Louži, s.r.o. je stylizovaná doposud do 30. let, jak bylo zmíněno výše. Vedení je názoru, že elektroniky je všude dost a do historicky stylizovaného centra Českého Krumlova by se nehodila. Proto je zde využití sice bohaté, avšak nmoderní.

Hosté ať už stravovacích či ubytovacích služeb, které majitelé podniku taktéž provozují, mají možnost vybrat si z velkého množství zábavy či služeb. Nabízené využití zahrnuje například možnost hry na piano, díky kterému jsou v podniku zároveň často pořádány koncerty. Televize či rádia v budově chybí, jsou nahrazeny právě živou hudbou, čtením knížek a povídáním u kávy či piva.

Aby však byli hosté v dnešní době ve spojení se světem, jediný krok v rámci elektronizace bylo zavedení wifi bezdrátového připojení k internetu. Přístup k internetu je tak umožněn po celé budově.

Anti – technické prostředí podniku je podporováno také při placení. Majitelé jsou názoru, že terminál pro platbu kartou není potřeba.

5.3.2 Kulturní zážitky

Majitelé podniku právě proto, že budova není vybavena nejnovějšími technologiemi, pořádají mnoho hudebních večerů. Během nich se zpívají lidové písně a hosté mohou slyšet také několik druhů hudebních nástrojů. Patří k nim například harmonika, piano a mnoho dalších.

Každý Čech si vzpomene na dětský pořad Zpívánky, kde se zpívalo a tančilo. Právě tak jsou nazývány akce pořádané v hospodě Na louži. Majitelé se snaží zachovávat české zvyklosti a zanechávat tak i v dnešní technologické době nádech historie našich předků.

5.3.3 Oceňování služeb

Ceny jsou v Českém Krumlově velkou otázkou. Město je totiž navštěvováno čím dál větším počtem turistů, přičemž velké procento tvoří cizinci.

Proto je nutné využít turistických návštěvníků k rozvoji podnikání, ale zároveň podpořit návštěvníky z České republiky. Co se týče okolních podniků, je nutné s nimi držet krok, aby podnik nebyl konkurencí převálcován a nemusel ve výsledku se svou činností skončit.

Vzhledem k tomu, že se budova nachází právě v historické části města Český Krumlov, mají její majitelé možnost nastavit se ceny poměrně vysoko. Je však v jejich zájmu, aby si udrželi stálé zákazníky, kteří zároveň neutratí celý plat, když se dojdou do podniku najíst.

Proto se vedení podniku snaží udržet ceny v přijatelné výši, přičemž vzhledem ke konkurenci chtějí být cenou spíše niž než výš. Je zde také zavedeno využívání tzv. stravenek, které občanům Českého Krumlova podnik poskytuje.

Je tak možné vidět lidské chování majitelů. Měli by možnost využít podmínek a vydělat mnohem více, jelikož podnik má vynikající ekonomické podmínky, které hrají do karet výdělkům. Podnik je položen v historickém centru, svým vzhledem zaujímá na první pohled tisíce turistů, kteří během roku projdou okolo.

V posledních letech podnik musel ceny navyšovat. Jedná se ale o klasické navyšování cen vlivem trhu, kde neustále působí tlak inflace. Jedná se o navyšování cen potravin, vzhledem k čemuž je nutné navyšovat také ceny poskytovaných služeb podniku.

Majitel podniku Hospoda Na Louži, s.r.o. zmínil, že navyšování cen je opravdu nutností, jelikož podnik je součástí konkurenčního prostředí, do kterého musí zapadat, aby udržel svou ekonomickou činnost.

Také zmínil, že navyšování je částečně ovlivněno také zavedením právě systému Elektronické evidence tržeb. Navýšení se pohybovalo pouze v hodnotách několika mála procent, ale i tak je jeho zavedení na ceně znát.

Ostatní podniky nejsou zachovány v této podobě, to znamená, že Hospoda Na Louži, s.r.o. je opravdu výjimečným podnikem v širokém okolí.

Majitel podniku, pan Ing. Miroslav Votřel, zmínil, že se jedná vlastně o jakési muzeum, jelikož jak bylo již zmíněno, vybavení podniku je v dnešní době velmi nezvyklé a málokde ho hosté mohou vidět.

5.3.4 Zjišťování názorů zákazníků

Hlavním cílem podniku Hospoda Na Louži, s.r.o. je to, aby hosté, kteří tento podnik navštíví, byli spokojeni a bylo na sto procent naplněno jejich očekávání.

Zda jsou zákazníci spokojeni se vším tím, co jim podnik nabízí, je zjišťováno především ústně. Dále mají zákazníci možnost zapsat své pocity a dojmy z návštěvy podniku do tzv. knihy návštěv, která je volně přístupná všem příchozím hostům.

Jedná se o levnou, ale zároveň účinnou možnost zjišťování spokojenosti zákazníků se službami, nabízenými v tomto podniku, ať už v hospodě, či hotelu.

Podnik vlastní i svoje facebookové stránky, což je v dnešní době asi opravdu nutností. Zde mají hosté taktéž možnost hodnotit služby, které měli možnost v podniku využít.

Je to výborný a opět velmi levný zdroj, který napomáhá získat zpětnou vazbu od zákazníků tohoto podniku, a zde získané informace jsou velmi užitečné a pro podnik znamenají velmi důležitý zdroj informací. Jelikož jsou ale majitelé spíše pro osobní kontakt, nedávají těmto recenzím takovou váhu.

Hosté podniku se v mnoha případech pravidelně vracejí. Svědčí to o tom, že jsou s nabídkou služeb a vyžitím podniku nadmíru spokojeni. Pro podnik je toto nejlepší reklama, jelikož spokojený zákazník nejen, že se bude vracet znovu a znovu, ale podělí se o svůj příjemný zážitek se svými známými a následně známí zase s těmi svými.

Majitelé se pokouší nastavit podnik tak, aby byla zajištěna spokojenost zákazníka přímo-úměrně ceně, kterou zákazník v podniku za poskytnuté služby zaplatí.

V současné době je tomu tak, že podnik má svých zákazníků tolik, že nepotřebuje další zdroje reklamy. Zákazníků má podnik dostatečné množství, přičemž více hostů by si už ani nemohl dovolit. Je tomu tak vůli kapacitě podniku, která není příliš velká.

O větší počet by vedení podniku stálo však mimo sezónu, jelikož v tuto dobu není návštěvnost hospody Na louži nijak závratná.

5.3.5 Umístění podniku Hotel Na Louži s.r.o.

Lokalita podniku Hotel Na Louži, s.r.o. je velmi dobrá. Český Krumlov je jedním z nejnavštěvovanějších míst České republiky. Turisté se sem sjíždějí ze všech koutů světa. Velké množství cizinců má čínskou státní příslušnost, přičemž velmi často přijíždějí několikaletými zájezdovými autobusy, aby společně Český Krumlov navštívili.

Největším lákadlem pro turisty je velké množství památek, kterými je město proslulé po celé České republice. Ať už se jedná například o státní hrad a zámek Český Krumlov spolu s překrásnými zahradami, otáčivé hlediště, ve kterém se koná nespočet divadelních představení či muzikálů, muzeum voskových figurín, motocyklů, muzeum útrpného práva a dále například synagoga Český Krumlov.

Tyto turistické atrakce zajišťují podniku velké množství přichozích zákazníků, protože návštěvníci památek a muzeí zároveň navštěvují i stravovací zařízení.

Od roku 1990 se zvedl počet návštěvníků za rok přibližně čtyřnásobně. Už jen státní hrad a zámek Český Krumlov zajišťuje městu ročně přibližně 450.000 návštěvníků.

Přibližné počty návštěvnosti posledních 5 let je znázorněno v následující tabulce:

Rok	2014	2015	2016	2017	2018
Počet návštěvníků SHZ Český Krumlov	367 629	401 555	428 844	466 429	429 000

Tabulka 2: Návštěvnost státního hradu a zámku Český Krumlov 2014 – 2018

Dle výše návštěvnosti této jedné z mnoha památek Českého Krumlova je jasné, že město je dobrým místem pro podnikání, zvláště pak v oblasti gastronomie.

5.3.6 Změny v podniku způsobené systémem Elektronické evidence tržeb

Co se týče změn, způsobených právě systémem Elektronické evidence tržeb, nebylo jich velké množství.

Majitel podniku, pan Miroslav Votřel, zmínil, že zavedení systému Elektronické evidence tržeb chod podniku nijak zvlášť neovlivnilo. Změny, ke kterým došlo, se týkaly především administrativních záležitostí, kvůli systému nastaly drobné změny v účetnictví.

Podnik Hospoda Na Louži, s.r.o. využíval registrační pokladnu již před zavedením systému Elektronické evidence tržeb, proto náklady na zavedení potřebného vybavení nebyly příliš vysoké. Jednalo se pouze o řády stokorun na vylepšení neboli upgrade softwaru potřebného pro správné fungování ve spolupráci se státní správou.

Došlo i na otázku spotřebního materiálu. Do spotřebního materiálu patří například papírové pásky pro tisk účtenek. Podle majitele podniku se však jedná o naprosto zanedbatelné částky, co se změn nákladů týče.

K dalším změnám způsobeným Elektronickou evidencí tržeb, které by stály za zmínku, v podniku nedošlo.

Jedinou další změnou je větší kontrolování z pohledu státu. Podnik je více sledován, co se týče nahlašování plateb a administrativních věcí. Majitelé všechno dodržují, spíše cítí narůstající psychologický nátlak obecně na majitele podniku v celé České republice.

Pan Miroslav Votřel si myslí, že systém Elektronické evidence tržeb byl zaveden právě v pravý čas. Došlo k němu právě při nejvyšších konjunkturách trhu. Zavedení se trefilo zrovna do kulminace obchodů. Trh byl v posledních letech na vrcholu, ekonomika si vedla dobře. Podle něj bohatší roky jsou za námi a v následujících letech dojde k poklesu ekonomických ukazatelů.

Celkově se změny způsobené systémem Elektronické evidence tržeb vyšplhaly maximálně na několik tisíc korun.

5.3.7 Změny v podniku způsobené návštěvností města Český Krumlov

V posledních dvou letech byla konečně dokončena rekonstrukce terasy.

Dlouhou dobu jednalo vedení podniku Hospoda Na Louži o změnách s orgánem města Český Krumlov. Dlouho se však setkávalo s neúspěchem.

Město tvrdilo, že pokud by došlo k rozšíření prostoru venkovní terasy, došlo by ke zmenšení prostoru k procházení a projíždění ulicí.

V posledních letech však došlo k vysokému nárůstu počtu návštěvníků města Český Krumlov. Nárůst návštěvníků byl způsobem přílivem turistů z asijských zemí, konkrétně hlavně Číny. A vzhledem k tomu, že město by přicházelo o příjmy spojené s turisty, povolilo konečně podniku rozšířit terasu, o kterou už vedení dlouho zdálo.

Navýšením kapacity podniku, prostřednictvím zřízení terasy, dosáhl podnik možnosti pohostit více zákazníků než dříve. Zároveň však nebylo možné se stávajícím personálem stíhat obsluhovat všechny příchozí hosty. Proto bylo potřeba zaměstnat další pracovní síly.

Došlo tedy k tomu, že sice vzrostly tržby díky zvětšení kapacity podniku, zároveň však došlo k navýšení nákladů za platy zaměstnanců. S tím je spojené také navýšování mezd, čímž se náklady na nově přijaté zaměstnance dále zvyšují.

5.4 Předsudky a realita zavedení systému Elektronické evidence tržeb

Je známo, že předsudek je založen na pouhém předpokladu, a ne na spolehlivém poznání. Je těžké se předsudků zbavit. Je to jako vidět člověka poprvé v životě a bez jediného slova s ním ho zařadit do jakési škatulky. První dojem je někdy spíše na škodu a přesto mnoho lidí na něj hodně dá.

S prvním dojmem byl možná problém právě také při zavádění systému Elektronické evidence tržeb.

Tento systém zaváděl tehdejší ministr financí Andrej Babiš, proti kterému má mnoho občanů České republiky averzi. Lidé denně vedli řeči o tom, že mnoho malých podniků, především pak vesnických hospůdek, zkrachuje, protože zavádění Elektronické evidence tržeb pro ně bude příliš nákladné. A dále to mohlo způsobit to, že se rozkřiklo, že by se mohly zvednout ceny služeb v rámci pohostinství. (Elektronická evidence tržeb od A do Z, 2017)

Ať už tak či tak, převážná většina názorů, které byly slyšet, byly spíše proti zavedení systému Elektronické evidence tržeb. Zda se předsudky naplnily, či ne, se dozvíme v následující části této diplomové práce.

5.4.1 Finanční analýza podniku v letech 2016 – 2018

Nejdříve budou sledovány tržby podniku v průběhu posledních několika let. Vývoj tržeb lze vidět v následující tabulce:

Rok	2016	2017	2018
Tržby	8 140 000	11 474 000	12 045 000

Tabulka 3: Vývoj tržeb podniku v letech 2016 – 2018

Z tabulky lze vyčíst, že v letech 2016 až 2018 došlo v podniku k velkým změnám v oblasti tržeb. Především mezi roky 2016 a 2017 došlo k velkému skoku, a to

z 8 140 000 Kč na 11 474 000 Kč. V dalším roce vzrostly tržby sice trochu méně, přesto je však nárůst znatelný.

Pokud bychom chtěli porovnávat hodnoty v procentech, nárůsty by byly následující:

- **Meziroční změna v letech 2016 až 2017:**

$$\frac{ROS_{2017}}{ROS_{2016}} = \frac{11\,474\,000}{8\,140\,000} \quad [2]$$

$$\frac{ROS_{2017}}{ROS_{2016}} = 1,40958230958231$$

$$\rightarrow (1,40958230958231 * 100) - 100 = 40,95823095823096 \doteq \mathbf{41\%}$$

Z výpočtu vychází, že oproti roku 2016 došlo v roce 2017 k nárůstu tržeb o přibližně asi 41%. Jedná se o velmi prudký nárůst tržeb.

- **Meziroční změna v letech 2017 až 2018:**

$$\frac{ROS_{2018}}{ROS_{2017}} = \frac{12\,045\,000}{11\,474\,000} \quad [1]$$

$$\frac{ROS_{2018}}{ROS_{2017}} = 1,049764685375632$$

$$\rightarrow (1,049764685375632 * 100) - 100 = 4,976468537563186 \doteq \mathbf{5\%}$$

Mezi lety 2017 a 2018 sice došlo k viditelnému nárůstu tržeb ve výši 5%, oproti předešlému rozdílu mezi lety 2016 a 2017 je to však nárůst jen nepatrný.

Porovnávané roky	2016 → 2017	2017 → 2018
Meziroční nárůst tržeb	41%	5%

Tabulka 4: Procentuální nárůst mezi sledovanými roky

Z tabulky lze odvodit, že tržby v letech 2016 až 2018 neustále rostly, avšak v letech 2017 a 2018 se růst znatelně zpomalil a z vysoké hodnoty 41% se snížil na pouhých 5%.

Dalším krokem je zjišťování rentability tržeb opět v letech 2016 až 2018. K výpočtu rentability tržeb, zkráceně ROS, je potřeba také EAT neboli čistý zisk po zdanění. Hodnoty EAT lze vidět v tabulce viz níže.

Rok	2016	2017	2018
EAT	105 000	1 292 000	1 318 000

Tabulka 5: EAT pro roky 2016 - 2018

- **Rentabilita tržeb 2016:**

$$ROS_{2016} = \frac{EAT_{2016}}{Tržby_{2016}} * 100 \quad [1]$$

$$ROS_{2016} = \frac{105\,000}{8\,140\,000} * 100$$

$$ROS_{2016} = \mathbf{1,2900\%}$$

- **Rentabilita tržeb 2017:**

$$ROS_{2017} = \frac{EAT_{2017}}{Tržby_{2017}} * 100 \quad [1]$$

$$ROS_{2017} = \frac{1\,292\,000}{11\,474\,000} * 100$$

$$ROS_{2017} = \mathbf{11,2602\%}$$

- **Rentabilita tržeb 2018:**

$$ROS_{2018} = \frac{EAT_{2018}}{Tržby_{2018}} * 100 \quad [1]$$

$$ROS_{2018} = \frac{1\,318\,000}{12\,045\,000} * 100$$

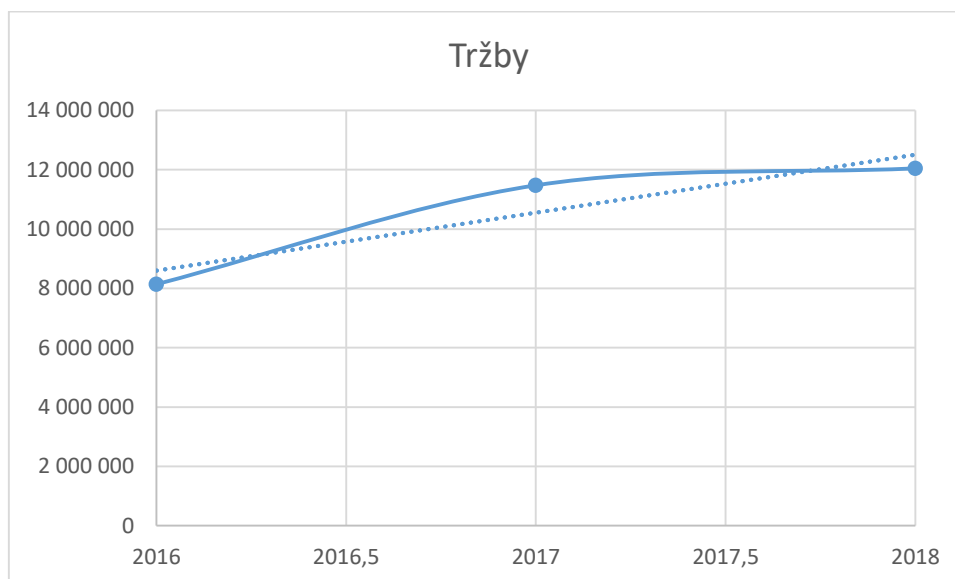
$$ROS_{2018} = 10,9423\%$$

Rok	2016	2017	2018
ROS	1,2900%	11,2602%	10,9423%

Tabulka 6: Rentabilita tržeb v letech 2016 – 2018

Z výsledků rentability tržeb pro jednotlivé roky 2016 až 2018 lze vidět, že v roce 2017 došlo k velmi znatelnému nárůstu, a to přibližně o 11%. V roce 2018 sice podnik tuto hranici udržel téměř na stejné hladině, nedošlo však k navýšení hladiny rentability tržeb, nýbrž k jejímu snížení, i přesto, že se jednalo jen o přibližně 0,32%.

5.4.2 Grafické znázornění sledovaných veličin



Graf 1: Grafické znázornění průběhu tržeb za rok 2016 až 2018.

Na předešlé straně je možné vidět grafické znázornění tržeb podniku Hospoda Na louži, s.r.o., a to ve sledovaných letech 2016 až 2018.

Jak je již zmíněno výše, mezi lety 2016 a 2017 je velký rozdíl, co se týče výše hodnot tržeb. Je zde možné sledovat, jak se hodnoty pohybují okolo trendu časové řady. Trend časové řady udává, jak by se měla křivka sestavená z jednotlivých hodnot, přibližně pohybovat.

Hodnoty tržeb se vyvíjejí přibližně stejně jako trend časové řady. I z grafu jde vyčíst, že v roce 2017 došlo k prudšímu navýšení než v roce 2018.

Ne příliš příznivý vývoj tržeb by mohl být přisuzován Elektronické evidenci tržeb, ale to by v roce 2017 nemohly být hodnoty tak výborné. Pokles růstu tržeb by mohl být způsoben například nepříznivým počasím, co se týče pohostinství.

V létě 2018 byly naměřeny enormně vysoké teploty, což mohlo zapříčinit to, že potenciální hosté místo rozpáleného města raději volili například odpočinek u vody. Je také známo, že při vysokých teplotách klesá u lidí chuť k jídlu. Většina lidí volí při nejmenším lehčí varianty pokrmů jako salát nebo ovoce, někteří vynechávají obědy úplně.

K tomu počet návštěvníků Státního hradu a zámku Český Krumlov poklesl v roce 2018 oproti 2017 přibližně o 40 000 osob. Je tedy možné, že i to mohlo být příčinou pomalejšího růstu tržeb podniku.

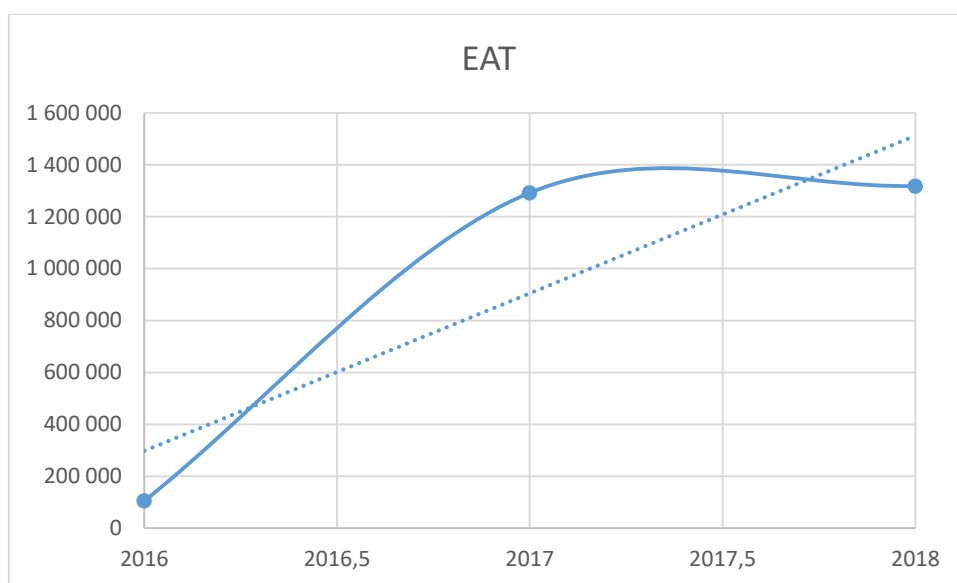
Ale co rok 2016? Jak je možné, že tržby v tomto roce byly o tolik nižší? Počet návštěvníků památek byl přibližně stejný jako v roce 2018, přičemž v roce 2018 byla výše tržeb téměř o 4 miliony vyšší.

Příčinou nízkých tržeb v roce 2016 mohlo být to, že oproti následujícímu roku 2017 byla návštěvnost památek mnohem nižší. Taktéž toto může být způsobené tím, že po roce 2016 byla zřízena k budově terasa. Ta zajistila větší kapacitu podniku, přičemž napomoci tomu mohlo také navýšení stavu personálu, který je schopen zajistit větší množství zákazníků.

Otázkou je, s jakou pravděpodobností může autorka této diplomové práce předpokládat, že byly tržby opravdu ovlivněny pouze faktory, jako je návštěvnost města Český Krumlov, či počasím, atp.

Autorka práce se domnívá, že by určitý podíl mohlo mít taktéž zavedení právě systému Elektronické evidence tržeb. Pokud by tomu tak bylo, byl by efekt, kvůli kterému byl daný systém zaváděn, opravdu funkční.

Zda se ale jedná o faktory ovlivnitelné či neovlivnitelné není možné zjistit, lze pouze uvažovat o tom, že možnost této varianty by byla teoreticky možná.



Graf 2: Grafické znázornění čistého zisku za rok 2016 až 2018.

Z grafu čistého zisku lze vyčíst, že rok 2016 byl oproti dalším sledovaným roků velmi nelichotivý. Zisk 150 000 je oproti následujícím roků velmi nízký. Tento zvláštní nepoměr byl autorkou probírán s majitelem podniku Hospoda Na louži, s.r.o.

Majitel podniku tuto situaci vysvětloval tím, že v roce 2016 podnik přecházel v rámci optimalizačního procesu na formu podnikání „s.r.o.“. Právník osoba s.r.o. provozuje restaurační a hotelové služby. V rámci toho si pronajímá od fyzické osoby pana Votřela budovu restaurace a hotelu podniku Hospoda Na louži, s.r.o. Vzhledem k tomu, že majitelé jakožto fyzické osoby vlastní budovu, ve které jakožto právnické osoby provozují svoji činnost, lze upravovat výši nájmu za pronájem této budovy a tím dochází k záměrnému snižování zisku.

Následně majitelé využívají také lepšího daňového zatížení, kdy v rámci právnické osoby by danili procentem vyšším v hodnotě 19% a jakožto fyzická osoba mají sazbu ve výši pouhých 15%.

5.4.3 SWOT analýza

Vnější prostředí podniku Hospoda Na louži, s.r.o. bylo zkoumáno prostřednictvím SWOT analýzy. Byly hodnoceny potenciální příležitosti, ohrožení a silné a slabé stránky podniku.

Silné stránky (Strengths)

- *Umístění podniku:*

Podnik má velkou výhodu ve své poloze. Český Krumlov, jak už bylo řečeno, je turisticky velmi oblíbeným místem. Památky města jsou velkým magnetem a přivedou do města mnoho potenciálních zákazníků podniku Hospoda Na louži, s.r.o.

- *Prostředí:*

Prostředí podniku je opravdu historicky založené. Je to jako ocitnout se v hospůdce před několika desítkami let. Společně s návštěvou památek města je návštěva tohoto daného podniku pro zákazníky tedy velkým zážitkem

- *Nastavení podniku:*

Autorka si sama vyzkoušela, jaké je být zákazníkem podniku Hospoda Na louži, s.r.o. Obsluha podniku je velmi příjemná, snaží se zákazníkům vyjít vstříc a vše probíhá velmi rychle. Zákazník se v podniku cítí uvolněně a díky velikosti a výzdobě podniku je prostředí velmi útulné.

Slabé stránky (Weaknesses)

- *Platební terminál:*

Slabou stránkou podniku je, dle autorky této práce, absence platebního terminálu. Podnik terminál i přes nezastavitelný technologický pokrok, který vládne světem, zatím nepořídil.

Majitelé v něm vidí opět něco navíc, co podnik nepotřebuje a nezapadá to do konceptu historického podniku. Byť se platební terminál zdá jako maličkost, je to velmi potřebná věc a možnost jeho pořízení by určitě stála za zamyšlení.

Příležitosti (Opportunities)

- *Venkovní posezení i v zimě:*

Poslední dobou je velmi často možné setkat se s venkovním posezením i v případě ne moc teplého počasí. To bývá zajištěno takzvaným venkovním topidlem, které se cenově pohybuje v rozmezí 2 500 – 10 000 Kč. Pro terasu, která byla k podniku připojena by bylo potřeba maximálně 4 topidla, což by znamenalo výdaje přibližně 12 000 Kč.

- Sklepní prostory

Sklepní prostory majitelé podniku plánovali zřídit již přibližně pře 2 lety, kdy měli jakousi představu o tom, jak by prostory měly vypadat. Projekt sklepních prostor se zdárně blíží ke konci a vypadá to, že v blízké době by se prostory mohly otevřít veřejnosti, stačí k tomu už jenom projekt schválit.

Vzniklé prostory by pak sloužily pro sledování různých sportovních utkání, což by mohlo podniku zajistit velký počet zákazníků především ve večerních hodinách.

Ohrožení (Threats)

- *Zvyšování pronájmu za terasu:*

Podnik by mohl mít v budoucnu problém s výší pronájmu terasy, kterou město časem může navýšit. Zatím se roční částka pohybuje kolem 40 000 Kč za rok. Částka se může zdát ne až tak vysoká, ale za pár míst navíc, která podniku tímto přibyla, je to peněz dost. I proto by bylo vhodné popřemýšlet o venkovních topidlech, která by zajistila možnost usazení hostů i v zimě a terasa by byla alespoň efektivně využita.

- *Nedostatek zákazníků:*

Velkým problémem by pro podnik mohlo být razantnější snižování příchozích zákazníků, které se dá očekávat. Památky v posledních letech navštívilo méně lidí než v letech minulých, proto lze očekávat, že tento trend bude dodržen i v letech dalších.

Výpočet SWOT analýzy:

	Váha	Hodnocení	Vážená hodnota
Silné stránky			
Umístění podniku	0.3	5	1.5
Prostředí	0.2	4	0.8
Nastavení podniku	0.5	5	2.5
Součet	1		4.8
Slabé stránky			
Platební terminál	1	-3	-3
Součet	1		-3
Příležitosti			
Venkovní posezení i v zimě	0.4	4	1.6
Sklepní prostory	0.6	5	3
Součet	1		4.6
Ohrožení			
Zvyšování pronájmu za terasu	0.3	-3	-0.9
Nedostatek zákazníků	0.7	-3	-2.1
Součet	1		-3
Interní (silné a slabé stránky)	1.8		
Externí (příležitosti a ohrožení)	1.6		
Celkem	3.4		

Tabulka 7: Výpočet SWOT analýzy.

Z výsledku SWOT analýzy, který je roven 3,4 můžeme soudit, že podnik si vede poměrně dobře. Vzhledem k tomu, že výsledek se však pohybuje téměř v polovině hodnotící škály, je na místě, aby se snažil situaci zlepšovat. Zlepšení by se dalo dle autorky dosáhnout prostřednictvím návrhů, které jsou součástí SWOT analýzy.

5.5 Dotazníkové šetření

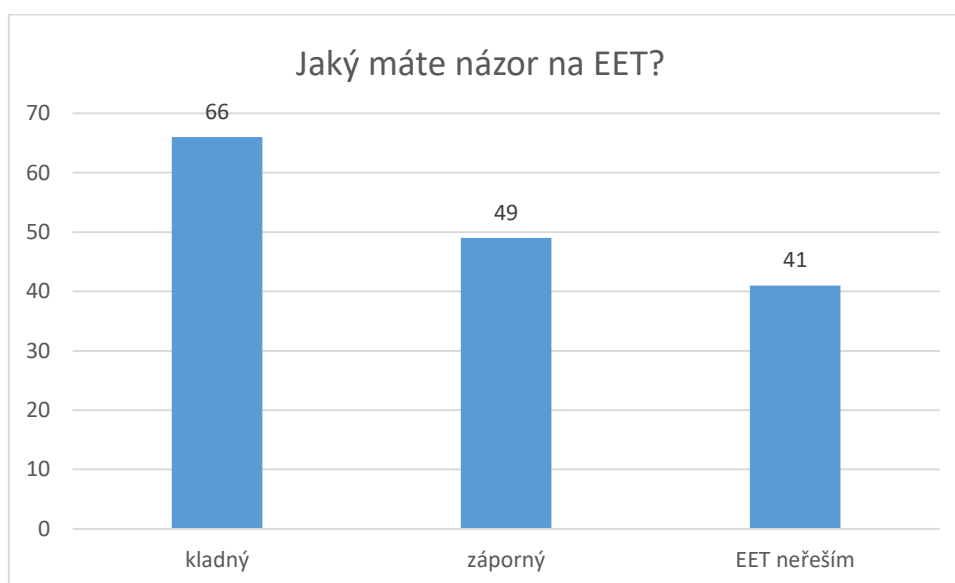
Pro potřeby dotazníkového šetření bylo připraveno 200 dotazníků, dotázáno bylo celkem 162 respondentů, z toho 156 respondentů bylo ochotno zodpovědět dané otázky. Dotazník obsahoval 15 jednoduchých otázek. Dotazování byli hosté podniku Hospoda Na Louži, s.r.o. Dotazování bylo prováděno osobně v podniku v Českém Krumlově.

Se získáváním odpovědí pomáhali taktéž zaměstnanci daného podniku a rovněž sám majitel podniku, pan Miroslav Votřel. Dotazování trvalo v součtu přibližně měsíc. Většina hostů byla ochotna dotazník vyplnit, často docházelo i k diskuzím na téma Elektronická evidence tržeb. Někteří hosté vyplnění odmítli, ale málokdy se stalo, že by byla jim byla žádost o vyplnění dotazníku vyloženě nepříjemná.

Samotná autorka této diplomové práce měla možnost vyzkoušet si osobně služby podniku před zavedením systému Elektronické evidence tržeb i po jeho zavedení. Poznatky a připomínky k podniku, z pohledu autorky jakožto zákazníka podniku Hospoda Na louži, s.r.o., budou uvedeny níže.

Jednotlivé dotazníky byli sečteny a následně zpracovány v aplikaci MS Excel. Konkrétní otázky budou rozebrány v následující části.

5.5.1 Názor na Elektronickou evidenci tržeb



Graf 3: Názor na Elektronickou evidenci tržeb

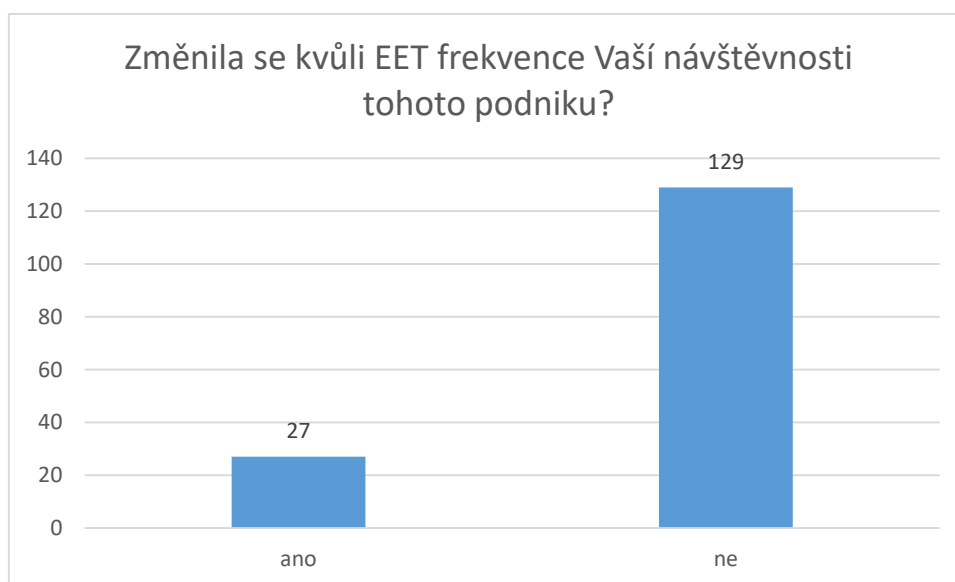
V první otázce dotazníku bylo pro respondenta úkolem vyjádřit svůj názor na systém Elektronické evidence tržeb. Tento problém je velmi řešený a mnoho lidí na toto téma reaguje negativně. Vypovídá o tom i vysoký počet respondentů, jejichž odpověď byla, že mají na Elektronickou evidenci tržeb názor záporný. **Negativní** názor mělo ze zkoumané skupiny celkem **66 lidí**, přibližně tedy **31,41%**.

Jak je možné vidět v grafickém znázornění výsledků, došlo k překvapivému počtu respondentů u kladného vztahu k Elektronické evidenci tržeb. Ze získaných

156 dotazníků tvoří příznivci systému Elektronické evidence tržeb **66 hlasů**, to znamená okolo **42,31%**.

Co se týče lidí, kteří systém Elektronické evidence tržeb neřeší, hodnota byla podobná jako u záporné odpovědi, konkrétně **41 lidí** ze zkoumané skupiny respondentů Elektronickou evidenci tržeb neřeší. Jejich procentuální vyjádření se pohybovalo opět kolem 30% stejně jako u negativního názoru. Konkrétněji se jednalo o hodnotu cca **26,28%**.

5.5.2 Ovlivnění frekvence návštěvnosti systémem Elektronické evidence tržeb



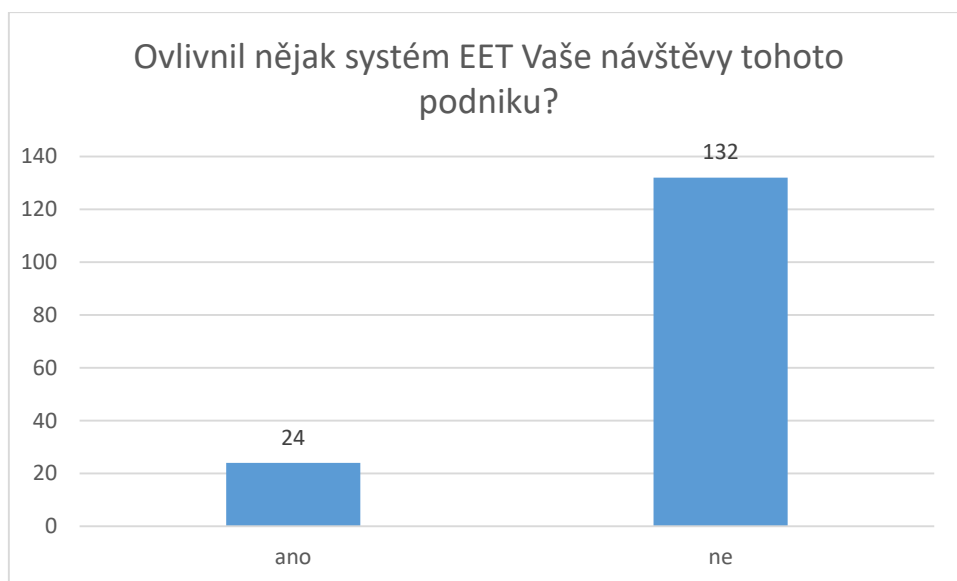
Graf 4: Ovlivnění frekvence návštěvnosti podniku systémem EET

V rámci druhé otázky bylo zjišťováno, zda byla nějak ovlivněna frekvence návštěv zákazníků podniku Hospoda Na louži, s.r.o. Jedná se například o tom, že návštěvnost mohla teoreticky klesnout v rámci zdražování poskytovaných služeb.

Frekvence návštěv v převážné většině dotazovaných změněna nebyla. Z grafu je viditelné, že převážná většina v počtu **129 osob** hlasovala pro možnost, že frekvence návštěv podniku se nezměnila. Procentuálním vyjádřením se jedná o přibližně **82,69%**.

Zbýlých **27 lidí**, tedy asi **17,31%** zaujímají názor, že se frekvence jejich návštěvnosti změnila.

5.5.3 Ovlivnění návštěv podniku systémem EET

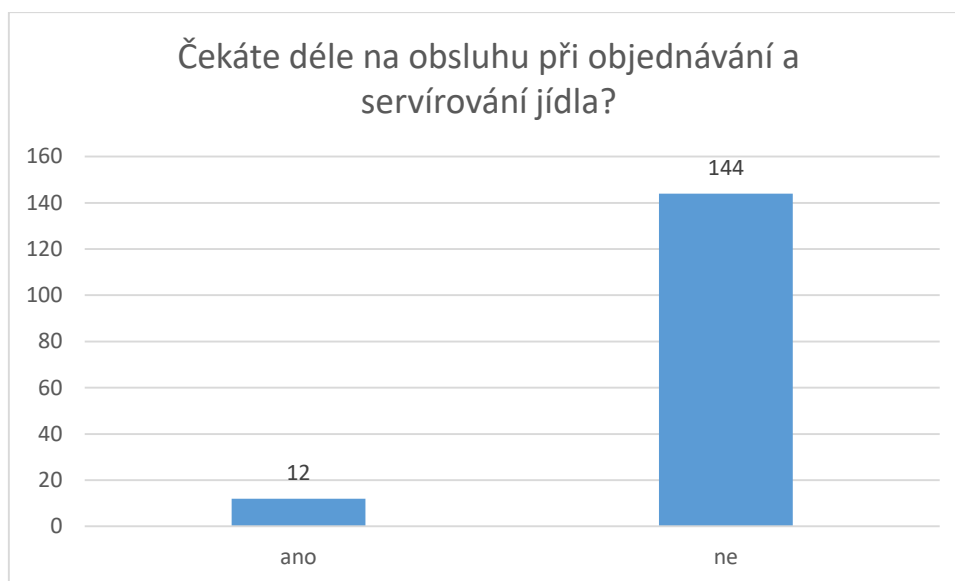


Graf 5: Ovlivnění návštěv podniku systémem EET

Vlivem na návštěvy podniku je myšleno například délka čekání na obsluhu či objednané jídlo, prodloužení doby čekání na účet, delší doba placení, zdražení podniku, atd.

Z výsledků vyplývá, že pouze **24 lidí** ze sledovaného množství, vidí v podniku změny po zavedení systému EET, které ovlivňují jejich návštěvy. Toto nepatrné množství tvoří pouze cca **15,38%**. Zbýlých **132 respondentů**, tedy asi **84,62%** nepozorovalo po zavedení systému Elektronické evidence tržeb v podniku žádné větší změny.

5.5.4 Délka čekání na obsluhu či servírování



Graf 6: Délka čekání na obsluhu či servírování

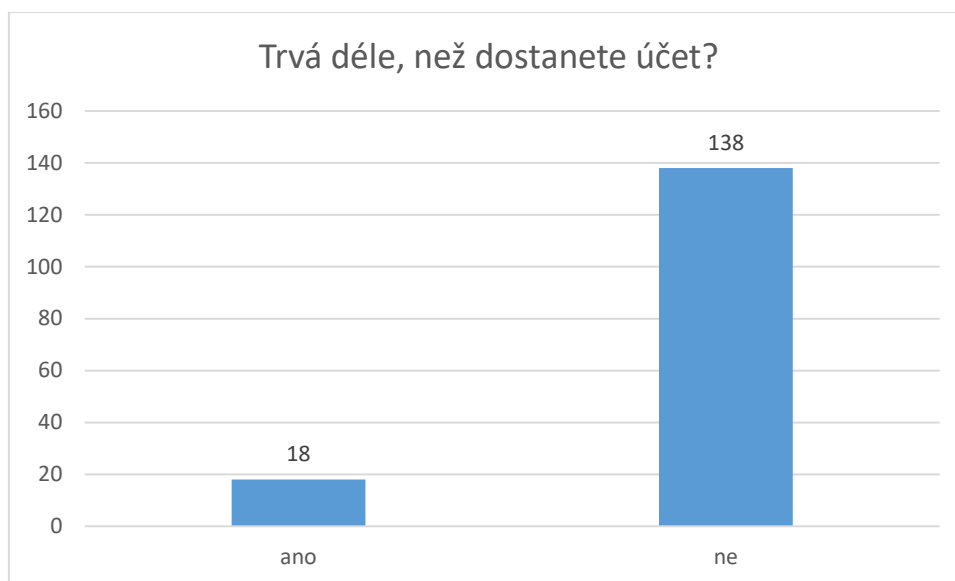
V další otázce bylo zákazníky řešeno téma, zda čekají na obsluhu déle než před zavedením systému Elektronické evidence tržeb, a to například u objednávání jídla či jeho servírování.

Výsledek jasně ukazuje, že převážná většina respondentů vliv systému Elektronické evidence tržeb v tomto směru nepocítuje. Pouze **12 zákazníků**, tedy přibližně **7,69%**, vidí změnu v trvání čekací doby obsluhu či objednané jídlo. Zbýlých **144 lidí**, kteří tvoří celých **92,31%**, odpovědělo, že žádnou změnu v tomto směru nezpozorovali.

Z výsledků je vidno, že k prodloužení čekací doby nejspíše nedošlo. Malé procento respondentů, kteří na jídlo či obsluhu čekalo déle, mohlo být způsobeno velkým množstvím návštěvníků v době jejich návštěvy, či pracností připravovaného pokrmu.

Podniku Hospoda Na louži, s.r.o. byla taktéž v poslední době navýšena kapacita. Stalo se tomu tak díky povolení pro zařízení venkovní terasy, které město po velmi dlouhé době podniku poskytlo. Mohlo tedy dojít k prodloužení z důvodu nedostatečného momentálního vybavení personálem či tím, že si zaměstnanci nemuseli některého zákazníka ve shonu na terase ihned všimnout.

5.5.5 Doba pro vystavení účtu pro zákazníka



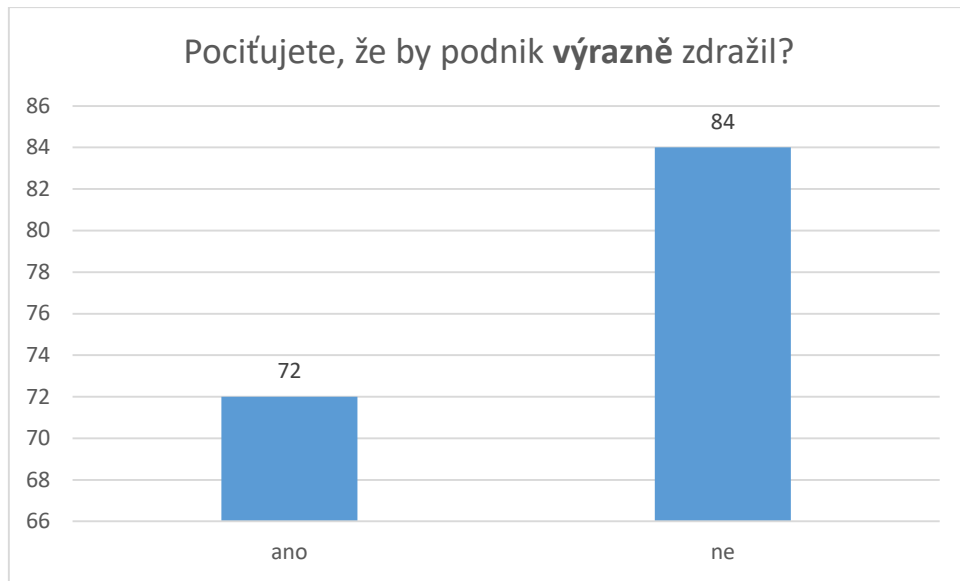
Graf 7: Doba pro vystavení účtu pro zákazníka

Co se týče grafu viz výše, je možné vidět, že výsledek je velmi srovnatelný s grafem předešlým. Vystavení účtu podle většiny respondentů trvá přibližně stejně dlouhou dobu jako před zavedením systému EET.

Pouze **18 lidí** čekalo na svůj účet déle než dříve. Zbýlých **138 dotázaných** dostalo účet stejně rychle jako před zavedením systému. Kladně na otázku dopovědělo tedy cca **11,54%** a zbylých **88,46%** změnu nepocítilo.

Lze tedy klást otázku: „Kde je ono dlouhé čekání na účet po zavedení Elektronické evidence tržeb, na které bylo tolikrát upozorňováno?“. Malé procento nespokojených zákazníků s velmi malou pravděpodobností čekalo na svůj účet právě kvůli danému systému. S větší pravděpodobností mohlo dojít například ke zpomalení výpočetní techniky, ke kterému vzhledem k vysokému každodennímu vytížení může občasné dojít. Dále mohlo dojít k výpadku nebo zpomalení internetu, k čemuž ale mohlo docházet i před zavedením Elektronické evidence tržeb. Podnik totiž i před zavedením Elektronické evidence tržeb používal již delší dobu registrační pokladnu, která fungovala na podobném principu.

5.5.6 Pohyb cen podniku Hospoda Na louži, s.r.o.



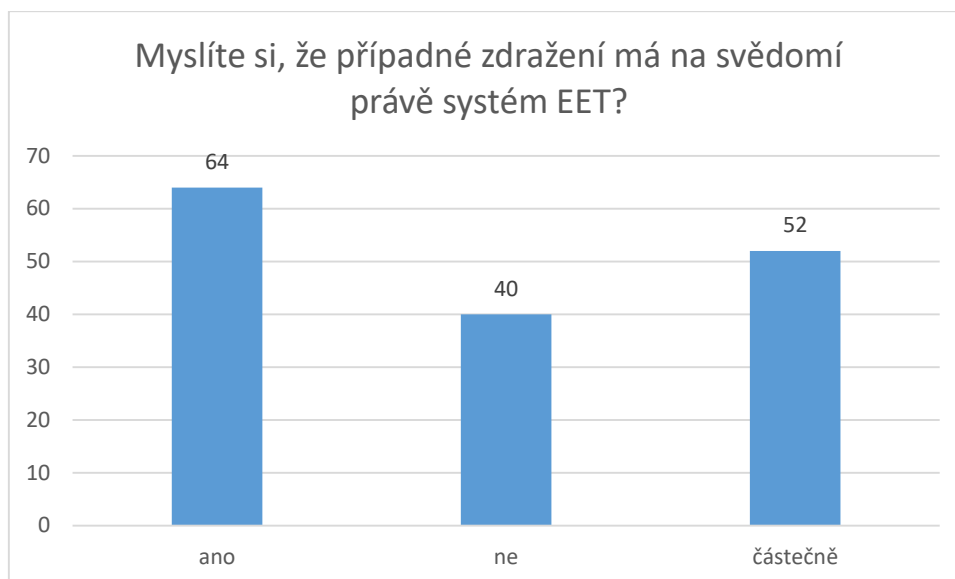
Graf 8: Pohyb cen podniku Hospoda Na louži, s.r.o.

V další otázce byla kladena zákazníkům otázka, zda pocítují změny v oblasti cen za služby daného podniku.

Tato otázka byla jednou z nejvyrovnanějších z hlediska výsledků. Celkem **72** respondentů bylo ztotožněno s odpovědí, že ano, podnik opravdu zdražil. Zbylých **82** respondentů změnu cen nepocítilo. De matematických výpočtů je tedy možné zjistit, že procentuálně se zde pohybujeme u kladné odpovědi na **46,15%** a u záporné pak na **53,85%**.

Výrazné zdražení tedy zpozorovala necelá polovina respondentů. Jde o to, kolik je pro koho výrazné zdražení služeb podniku. Pro někoho výrazné zdražení může znamenat 20 Kč, pro někoho 100 Kč. Sledování byli veškerí zákazníci, navštěvující podnik, přičemž výzkum nebyl srovnáván s jejich finančními možnostmi a hodnotami.

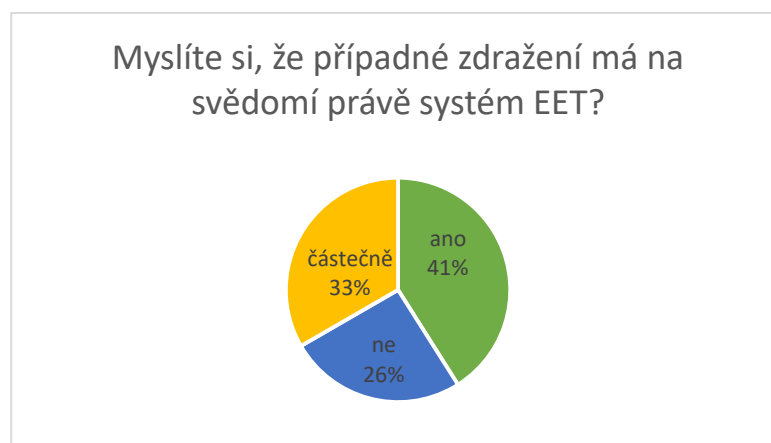
5.5.7 Vliv Elektronické evidence tržeb na zdražení, ke kterému v podniku došlo



Graf 9: Vliv Elektronické evidence tržeb na zdražení, ke kterému v podniku došlo

Tato otázka byla úmyslně propojena s otázkou předešlou. Jak bylo vidět v minulém grafu, mnoho respondentů si myslí, že ceny podniku vzrostly. Je tomu tak ale podle nich právě z důvodu zavedení systému Elektronické evidence tržeb?

Z grafu lze vypočítat, že většina lidí, která byla dotázána, je názoru, že za zvýšení cen, ať už výrazné či nižší, může právě systém Elektronické evidence tržeb. Pouhých **40** respondentů odpovědělo, že za zdražení Elektronické evidence tržeb určitě zavedení systému nemůže a **52** zbývajících dává systému pouze částečnou vinu na navýšení cen podniku. Procentuální vyjádření těchto odpovědí lze vidět v následujícím grafu.



Graf 10: Procentuální vyjádření názorů na zdražení s vlivem systému EET

Zdražením bylo lidmi vyhrožováno již při zavádění Elektronické evidence tržeb, kdy všichni tvrdili, že se dodatečné náklady na tento systém budou promítat do cen, jelikož jinak by majitelé podniků krachovali a tím, že bude způsobeno to, že lidé budou méně navštěvovat podniky a malé hospůdky, které tím pádem zaniknou.

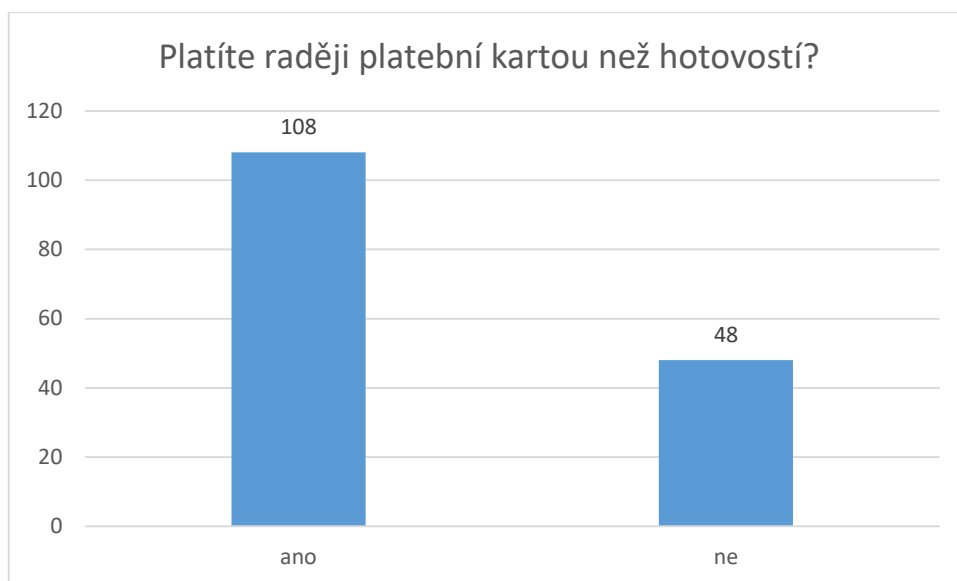
V dnešní době je zdražování ale dáno především růstem cen globálně na trhu, ať už jde o potraviny, o pití, ubytovací služby, atd. Toho názoru jsou nejspíše také někteří respondenti, kteří uvedli, že podle nich růst cen podnikových služeb zavedení systému nezpůsobilo. Také se k tomuto názoru přiklání zúčastnění, kteří na danou otázku odpověděli, že sice systém Elektronické evidence tržeb na zdražení cen podniku podíl má, ale pouze z určité části.

Odpověď „částečně“ na dotaz autorky této diplomové práce, volil taktéž majitel podniku, pan Miroslav Votřel. Ten se k této otázce vyjádřil tak, že si myslí, že určitý podíl na zdražení služeb jejich podniku určitě systém Elektronické evidence tržeb má, je to ale podíl velmi malý.

Ke zdražení dle majitele podniku došlo především kvůli vyrovnávání rozdílného oceňování mezi konkurenčními podniky Českého Krumlova a hlavně kvůli obecnému růstu cen.

K růstu cen mohlo také dojít kvůli vyšším výdajům, ke kterým v posledních několika letech v podniku docházelo. Byla, jak už bylo uvedeno výše, zavedena nová terasa, která zajistila několik míst navíc, tudíž je podnik schopen usadit ve svých prostorech více zákazníků. Zároveň však došlo k určitým výdajům spojeným právě se zaváděním terasy. Dále také bylo nutné vynaložit peněžní prostředky na zaměstnání dalších zaměstnanců, bez kterých by nebylo možné stíhat obsloužit všechny příchozí zákazníky.

5.5.8 Oblíbený způsob placení



Graf 11: Oblíbený způsob placení

Do dotazníkového šetření byly zařazeny taktéž otázky týkající se možností placení. Diplomová práce se týká spokojenosti zákazníků, a proto byly zjišťovány požadavky na způsob provádění plateb.

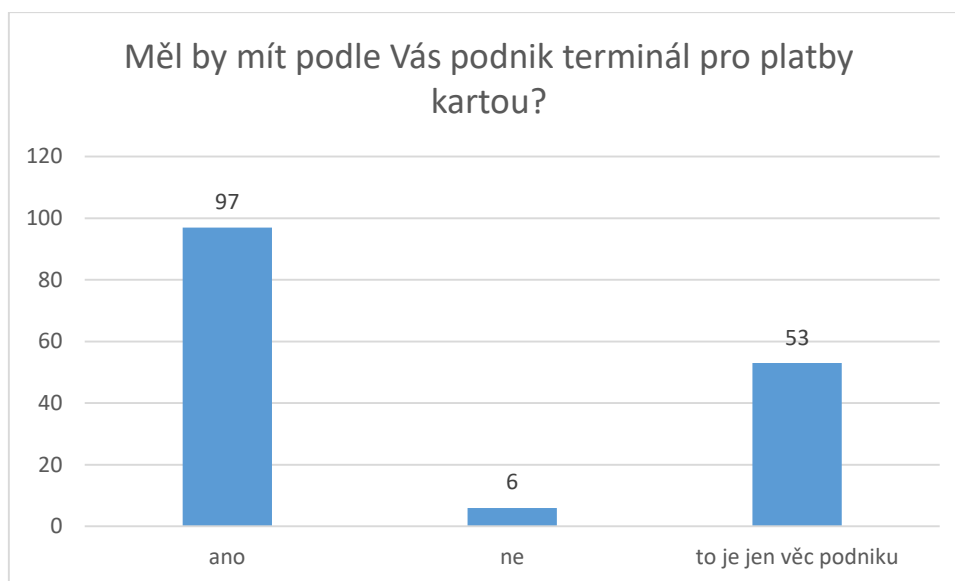
Na otázku, zda je pro zákazníky lepší provádění plateb prostřednictvím platebních karet či hotovostí, jednoznačně zvítězila varianta placení kartou. Ze 156 respondentů jich **108** projevilo zájem spíše o platbu pomocí platební karty, pokud by byla možnost vybrat si. Tento výsledek tvoří **69,23%** a pouze zbylých **48 lidí, tedy 30,77%** bylo pro možnost platby hotovostí.

Otázka na oblíbený způsob platby byla zařazena do dotazníku proto, že je toto téma úzce spojeno se systémem Elektronické evidence tržeb. Dalším z důvodů je to, že lidé v poslední době začínají být na svoje platební karty závislí. Začíná převládat platba kartou jak v obchodech tak například právě v restauraci.

Někteří lidé dokonce hotovost u sebe už ani nenosí a v mnoha případech pokud kartou platit nemohou, jdou prostě jinam.

Proto se dostáváme k následující otázce.

5.5.9 Terminál pro možnost provádění plateb pomocí platební karty



Graf 12: Terminál pro možnost provádění plateb pomocí platební karty

Jelikož jak bylo řečeno již výše, zákazníci v posledních letech velmi často využívají pouze bezhotovostní možnost hrazení svých plateb, byla tato otázka opravdu nutností.

Z grafu je na první pohled viditelné, že převážná většina **97** lidí je pro, aby podnik Hospoda Na louži, s.r.o. vlastnil terminál pro možnost platby účtů pomocí platebních karet. Tvoří tak **62,18%** všech respondentů.

Pouze **6** lidí, tvořících **3,85%**, bylo proti zavedení platebního terminálu do daného podniku.

Zbytek respondentů je názoru, že zavádění terminálu pro možnost platby kartou je pouze a jenom věc daného podniku. Tento názor zastává **53** lidí, tedy **33,97%**.

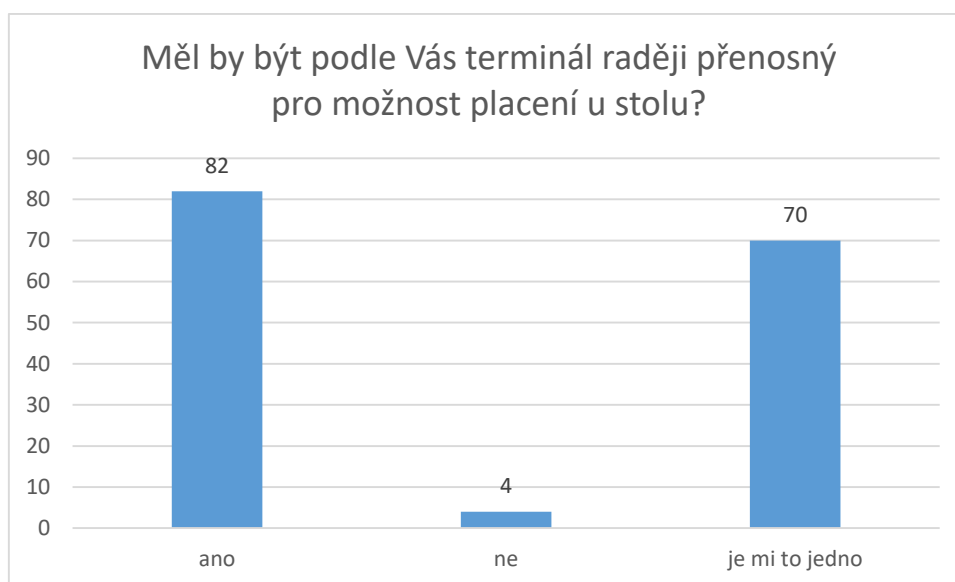
Na podniku je toto rozhodnutí v každém případě. Majitelé podniku by však měli o takovéto možnosti vážně přemýšlet, jelikož převážná většina oslovených zákazníků by platbu kartou velmi ocenila.

Je sice velmi pěkné, že se podnik pokouší udržet ve svém prostředí historický nádech, je však potřeba v některých věcech nepatrně slevit, pokud by to mohlo podniku uškodit. V tomto případě by se mohlo čím dál častěji stávat, že pokud podnik terminál nezavede,

přijde tím o některé ze svých potenciálních zákazníků. To by v takovémto vysoce konkurenčním prostředí nebylo to pravé ořechové.

Majitel podniku, pan Miroslav Votřel se svěřil, že spolu se svým strýcem a spoluvlastníkem podniku v jedné osobě, o zavedení platebního terminálu už delší dobu přemýšlí. Hosté totiž údajně opravdu čím dál více projevují zájem o platební terminál. Majitelé zatím prý nátlaku odolávají. Dle mého názoru by však měli co nejdříve terminál obstarat a umožnit tak, v dnešní technicky velmi vzdělané době, zákazníkům možnost výběru provedení platby své úhrady.

5.5.10 Typ platebního terminálu



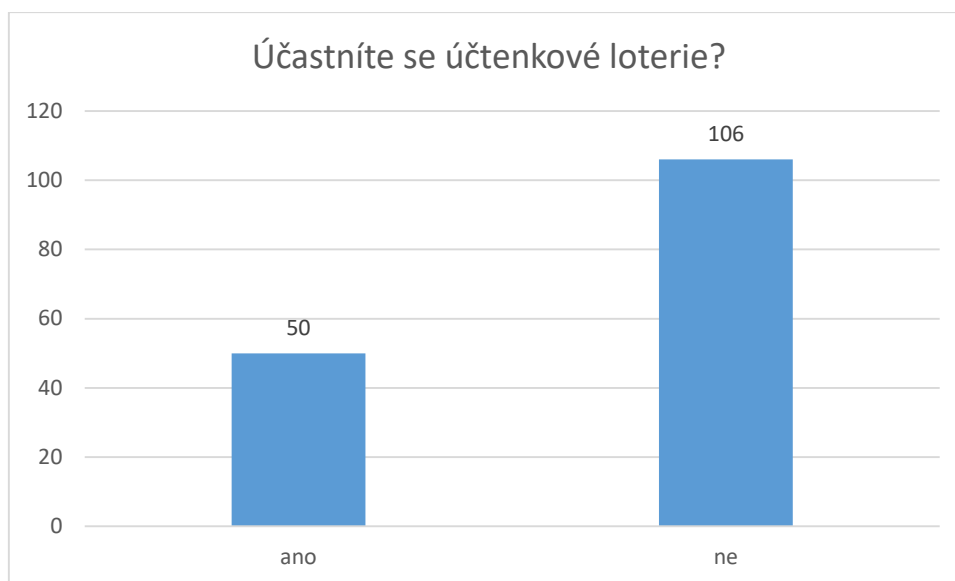
Graf 13: Typ platebního terminálu

Pokud by měl být do podniku zaveden terminál pro možnost provádění plateb pomocí platební karty, byly respondenti dotázáni, zda by pro ně byla lepší varianta platit přímo u stolu pomocí přenosného terminálu.

Na tuto otázku odpovědělo **82** dotazovaných, tzn. **52,56%** kladně. Tedy byli by raději, kdyby mohli v klidu zaplatit u svého stolu. Pouze **4** respondenti usoudili, že přenosný terminál pro ně není to pravé, v podniku by ho nechtěli a raději by zaplatili na baru. Zbylým **70** členům ze zkoumané skupiny je lhostejné, zda by byl terminál přenosný, či pevný s nutností platby na baru.

Ať tak či tak, z posledních dotazů je jisté, že podnik by se měl nad možností vlastního terminálu vážně zamyslet.

5.5.11 Účast v účtenkové loterii



Graf 14: Účast v účtenkové loterii

Účtenková loterie byla velmi probíraným tématem, v poslední době se o ní však již moc nemluví. V dotazníku bylo tedy zjišťováno také to, zda se dotazovaní této soutěže účastní a registrují účtenky do „Účtenkovky“ neboli aplikace pro možnost registrování účtenek, prostřednictvím čehož je možné zařadit se do soutěže o různé ceny.

Účastníků loterie je přibližně jedna třetina ze sledovaného počtu lidí. Přesně **50** lidí tvořících **32,05%** údajně své účtenky do soutěže registruje. Vzhledem k tomu, že v okolí je slyšet spíše negativní odezva na toto téma, je velmi zvláštní, že téměř třetina lidí ze sledovaných respondentů tuto aplikaci využívá a zapojuje se.

Pořád je tu ale **106 lidí**, tzn. **67,95%**, kteří tuto možnost zavrhli, dokonce byli někteří dotčení, že na tuto otázku musí odpovídat.

Popis fungování účtenkové loterie

Účtenková loterie je jakási bezplatná možnost sázky. Funguje tak, že zákazník přijde do jakéhokoliv podniku, něco si koupí a u pokladny dostane účet a ten je potřeba si schovat.

Dále je nutné najít si buď internetovou stránku „www.uctenkovka.cz“, nebo si stáhnout do chytrého telefonu aplikaci prostřednictvím aplikace „Obchod Play“. Dalším krokem, pro možnost zapojení se do hry, je zaregistrovat se na této stránce

či v aplikaci. Pokud se zákazník registrovat nechce, je možné účtenky zadávat jednorázově, přičemž je ale nutné pokaždé vyplňovat kontaktní údaje znovu.

Registrace do účtenkové loterie

Pokud se zákazník rozhodne pro registraci, aplikace či webová stránka ho navede k tomu, co má vyplnit. Jedná se pouze o jméno a příjmení, e-mailovou adresu, telefon a datum narození hráče. Dále je možné vybrat si variantu výběru případné výhry. Nabízeny jsou varianty dvě a to „Převod na účet“ nebo „Hotovostí“.

Pokud se účastník rozhodne pro variantu zaslání případné výhry na bankovní účet, je potřeba uvést číslo účtu, na které je následně případná výhra zaslána. Pokud hráč raději využívá hotovostní cestu, je nutné uvést typ dokladu, kterým se případně prokáže a také číslo tohoto daného dokladu. Výběr hotovosti probíhá na sídle Sazky.

Posledním krokem už je poté jen vytvoření hesla, které je potřebné pro následné přihlašování do aplikace. Následně je již možné využít možnost „Hrát“ a zadávat libovolný počet účtenek.

Zadávání účtenek

V dalším kroku je potřeba rozhodnout se mezi zadáním kódu **FIK** nebo **BKP**. Při následném slosování totiž dochází k tomu, že je vybrán pouze jeden typ kódu. Ze zaregistrovaných účtenek pomocí tohoto kódu je poté vybírán výherce.

Autorka této diplomové práce komunikovala s několika různými lidmi, kteří se účtenkové loterie účastní a zjišťovala, jak jsou s aplikací spokojeni a co by případně změnili. Následně sama vyzkoušela princip účtenkové loterie a posoudila, zda měli dotazovaní pravdu.

Zjištěním bylo, že zadání účtenky trvá přibližně 1 minutu. Je to dost dlouhá doba, když si člověk vezme, kolik účtenek za den dostane. Kdyby je měl zadávat všechny, nedělal by pak nic jiného.

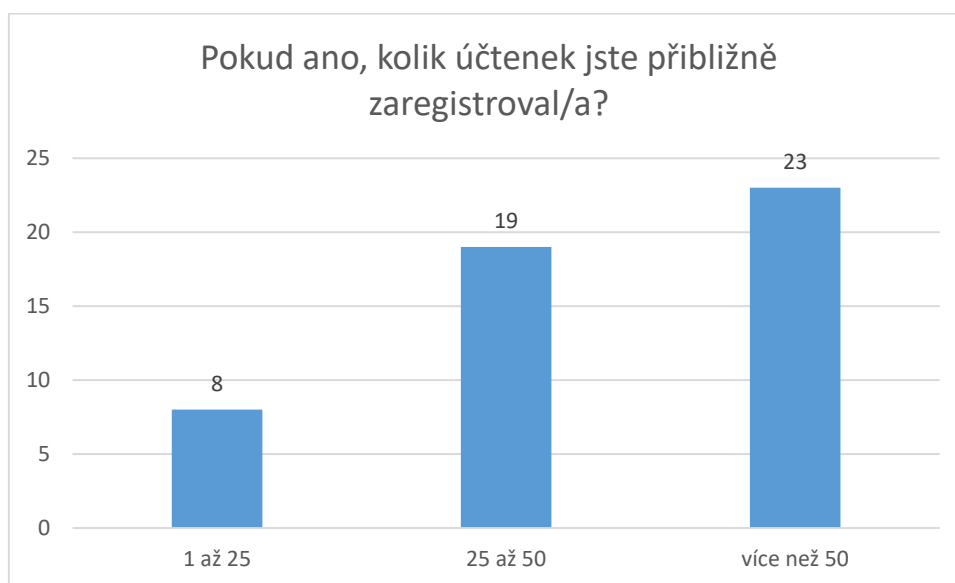
Podle autorky by tedy bylo mnohem efektivnější, kdyby všechny účtenky obsahovaly možnost načtení QR kódu. Bohužel ale ze všech účtenek, které autorka v posledních měsících obdržela, ani jedna z nich QR kód neobsahovala.

Čitelnost účtenek závisí na typu tiskacího přístroje, některé jsou čitelné, jiné jsou vybledlé a je těžké rozeznat jednotlivá písmenka či čísla.

Jinak je ale aplikace pro zadávání účtenek velmi jednoduchá a zapojit se zvládne opravdu každý, kdo nějakou účtenku vlastní a nemusí to být žádný velký technik. Přičemž čím více zaregistrovaných účtenek, tím větší šance na výhru.

V případě výhry je poté stejně nutností zaregistrovat se na stránkách Účtenkovky, či v mobilní aplikaci.

5.5.12 Registrace účtenek do účtenkové loterie



Graf 15: Registrace účtenek do účtenkové loterie

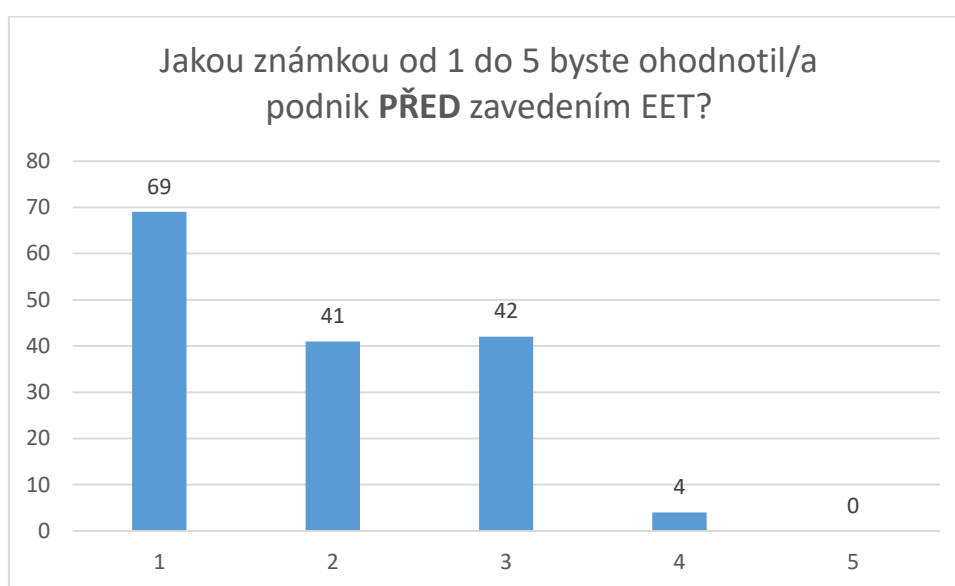
Tématem registrace účtenek se zabývá právě tato následující otázka. Z 50 účastníků účtenkové loterie 8 lidí, tedy celkem 16%, zaregistrovalo do hry 1 – 25 účtenek. O něco více, konkrétně mezi 25 – 50 kusy účtenek zaregistrovalo 19 lidí, kteří tvoří celkově 38%. Posledních 23 registrujících zadalo do Účtenkovky více než 50 svých účtenek, což už je dost velké množství a podílelo se na tom 46% „účtenkářů“.

5.5.13 Hodnocení podniku PŘED zavedením Elektronické Evidence tržeb

Mezi posledními dotazy bylo mezi oslovenými zákazníky zjišťováno, jak je to s jejich spokojeností podnikem PŘED zavedením a následně PO zavedení systému Elektronické evidence tržeb.

Zákazníci, kteří se dotazování účastnili, měli za úkol zhodnotit svou spokojenost podnikem prostřednictvím škály 5 čísel stejným systémem jako ve škole. Jednička byla tedy nejlepší a 5 naopak nejhorší možnou známkou.

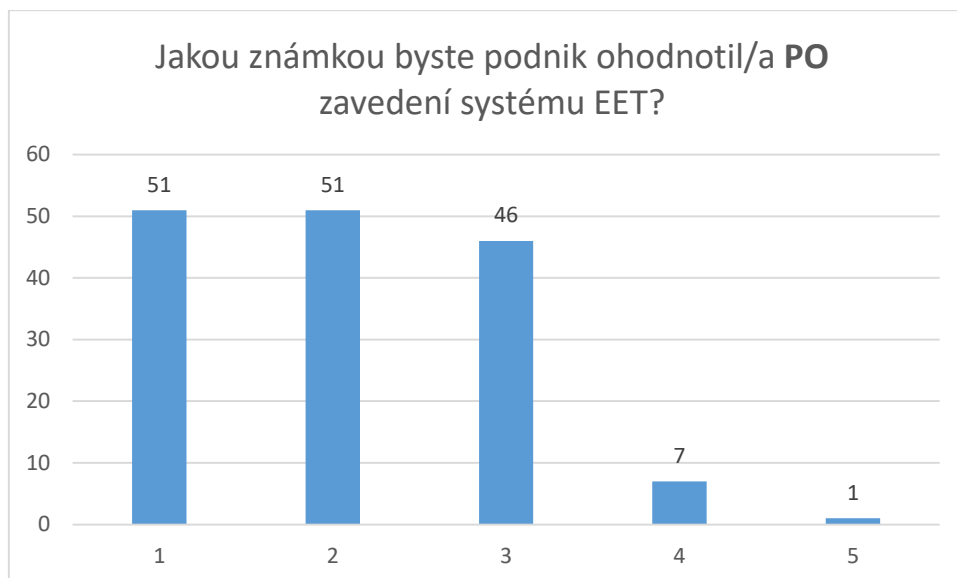
Před zavedením podniku vypadalo hodnocení následovně.



Graf 16: Hodnocení podniku PŘED zavedením Elektronické evidence tržeb

Přes **44%**, tvořených počtem **69** zákazníků, bylo spokojeno na 100% a dalo podniku jedničku. Známkou 2 ohodnotilo podnik před zavedením systému celkem **41** lidí, tedy **26,28%**. Průměrně spokojenými zákazníky bylo jen o jednoho dotazovaného více, tedy **42** lidí. Nejhorší hodnotící známkou byla před zavedením systému Elektronické evidence tržeb 4, kterou využili pouze 4 respondenti.

Odpovědi týkající se podniku PO zavedení systému Elektronické evidence tržeb byly velmi podobné.



Graf 17: Hodnocení podniku PO zavedení Elektronické evidence tržeb

Oproti hodnocení spokojenosti zákazníků **PŘED** zavedením Elektronické evidence tržeb se výrazně změnilo pouze prvních dvě nejvyšší hodnotící známky, tedy 1 a 2.

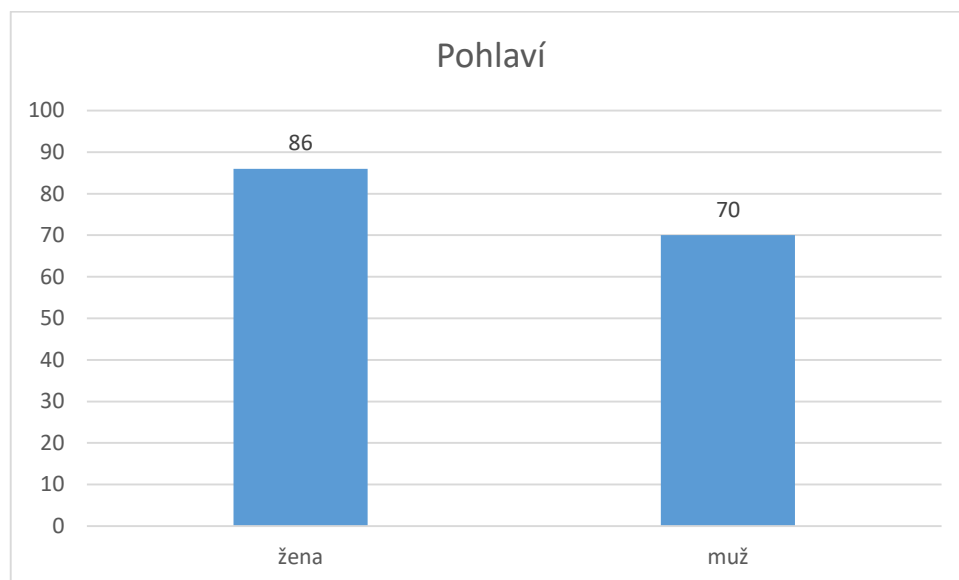
Známka 1 klesla z **69** hlasů na 51, přičemž došlo tedy ke snížení přibližně o **26%**, což je změna opravdu znatelná. Naopak známku 2 spojilo se svou spokojeností PO zavedení systému Elektronické evidence tržeb do fungování podniku celkem **51** lidí, tedy o 10 více než v předchozí otázce. Hodnocení u známky 2 tedy vzrostlo celkově o přibližně **24%**. Je možné, že skoro všichni respondenti, kteří nedali u této otázky známku 1, hodnotili známkou pouze o stupeň horší.

Ostatní hodnocení zůstala přibližně stejná, počet u známky 3 vzrostl pouze o **4** hlasy, u známky 4 vzrostl počet respondentů jen o **3** hlasy, a co se týče nejhorší známky, tu využil pouhý **1** dotazovaný.

Z hodnocení je viditelné, že k drobnému poklesu spokojenosti zákazníků určitě došlo, ale je otázkou jak moc velký podíl na tom má právě zavedení systému Elektronické evidence tržeb.

5.5.14 Pohlaví dotazovaných

V poslední otázce dotazníku bylo zjišťováno pohlaví respondentů. Bylo tomu tak proto, aby bylo zjištěno, zda sledovaný podnik navštěvují více ženy či muži. Zároveň mělo být zjištěno, které pohlaví se na vyplňování dotazníků podílelo více.



Graf 18: Pohlaví dotazovaných

Návštěvnost podniku je v rámci pohlaví velmi vyrovnaná. Ženy navštívili za sledované období podnik celkem v počtu **86**, muži byli zastoupeni v počtu **70**. Žen sice navštívilo podnik o něco více, celkem **18,60%**, vzhledem k tomu, že se ale rodí žen více než mužů, jsou výsledky opravdu skoro na stejné úrovni.

Kupodivu, ženy měly často vyhraněnější názor než muži. O Elektronické evidenci tržeb se vyjadřovali mnohem hůře než muži. Většinou nesouhlas se systémem projevovaly právě ženy.

5.6 Celkové shrnutí dotazníkového šetření

Názor na systém Elektronické evidence tržeb je tedy stále velmi rozporuplný, i když už bylo za uběhlé 2 roky možné, udělat si určitý obrázek o jeho fungování či nefungování.

Majitel podniku sám prohlásil, že systém Elektronické evidence tržeb vnímá jako malou zátěž navíc. Je tomu tak proto, že se zpřísnila administrativa, papírování je mnohem více než před zavedením systému, ale hlavně je všechno pod přísným

dohledem. A i když se tedy majitelé podniku snaží mít vše v pořádku a dělají všechno tak, jak mají, mají po zavedení systému větší strach z toho, že něco spletou, jelikož jim hrozí za chybně uvedené údaje přísné pokuty.

Zároveň však majitel uvedl, že v jiných směrech jakožto majitel podniku žádné výrazné změny nepocítuje. Registrační pokladnu měl podnik zavedenou již před zavedením systému, stačilo tedy doplnit potřebný software a jiné zařizování potřeba nebylo. Ani v jiných směrech nebyl podnik systémem Elektronické evidence tržeb ovlivněn.

Majitel dále uvedl, že neříká, že je ze systému Elektronické evidence nějak nadšený, nemůže ale říct, že by byl podnik systémem nějak závažně ovlivněn.

Návštěvnost podniku také nebyla systémem nijak výrazně ovlivněna. Majitel podniku uvedl, že počty zákazníků se pohybují stále přibližně ve stejné výši a mění se pouze sezónně.

Návštěvy zákazníků taktéž nebyli nijak zvlášť ovlivněny, co se týče například doby čekání na občerstvení či účet. Další změny také nenastaly.

Jedinou změnou, která mohla zákazníky v podniku potkat, bylo **navýšení cen**, ke kterému v poslední době došlo. Růst nebyl nijak extrémní, znatelný však určitě ano. Zákazníci sami uváděli, že navýšení cen zaznamenali, i když nebylo výrazné.

Sám majitel podniku, pan Miroslav Votřel uvedl, že k navýšení cen samozřejmě došlo. Navýšení však nebylo nijak závratné, jednalo se o malé změny. Dokonce majitel sám uvedl, že si myslí, že za navyšování cen není odpovědný právě systém Elektronické evidence tržeb. K navyšování cen byl podnik dotlačen situací na trhu. Konkurence samozřejmě zdražila, tudíž podnik. Hospoda Na louži, s.r.o. musel také držet krok. Dalším aspektem bylo zdražování surovin, ze kterých jsou v podniku připravovány pokrmy a nápoje.

Platební terminál je poslední dobou brán každým jako samozřejmost. Pokud v dnešní době přijdete do podniku, kde nemají platební terminál, je to opravdu velmi výjimečná situace. Hospoda Na louži, s.r.o. platební terminál nemá, i když zákazníci, dle výsledků z dotazníkového šetření, by o něj určitě stáli.

Účtenková loterie je mezi lidmi ne moc příznivé téma k debatám. Každý má na toto téma samozřejmě jiný názor a mnoho lidí velmi vyhraněný. Mnoho dotazovaných ale uvedlo, že se loterie účastní, dokonce registrují nemalé množství účtenek.

Elektronická evidence tržeb dle výzkumu, který byl proveden dotazníkovým šetřením, nemá velký vliv na spokojenost zákazníků. Změna jejich spokojenosti je téměř neznatelná.

5.6.1 Doporučení v závislosti na výsledcích dotazníkového šetření

Díky průzkumu, který byl proveden dotazníkovým šetřením lze říci, co by bylo dobré v podniku provést, či naopak čemu se vyhnout.

Vzhledem k tomu, že autorka této diplomové práce byla jedním ze zákazníků, kteří měli možnost podnik navštívit PŘED zavedení i PO zavedení systému Elektronické evidence tržeb, bylo možné taktéž na základě jejich subjektivních zážitků vyjádřit názor na situaci v podniku po zavedení systému.

Názor autorky diplomové práce jakožto zákazníka podniku Hospoda Na louži, s.r.o.

Dle autorky diplomové práce se v podniku mnoho zásadních věcí nezměnilo. Došlo sice k nastolení systému Elektronické evidence tržeb, ale systém nebyl důvodem nějakých výrazných změn v podniku.

V podniku jsou stále zavedeny jakési „stravenky“ pro místní obyvatele, kteří by si turistické ceny nemohli každý den dovolit. Tato možnost využívání stravovacích služeb zákazníky je v podniku velmi častá.

Jakožto jedna ze zákazníků podniku autorka uvedla, že nezpozorovala v podniku žádné větší změny. Jedinou rozsáhlejší změnou, kterou lze v podniku postřehnout je zavedení venkovní terasy, která rozšířila počet míst podniku o dalších 25.

Kvůli zavedení terasy musela být dle slov majitele podniku přijata nová pracovní síla. Konkrétně se jednalo o 2 kuchaře a 2 brigádníky na obsluhu hostů v létě. Kuchaři bohužel v zimě nejsou využiti, ale zaměstnávat je podnik musí, protože jinak by o ně přišel.

Náklady na zavedení terasy byly v řádech několika desítek tisíc, přibližně 30 000 Kč. Jsou ale velmi vysoké poplatky městu za pronájem prostor na terasu, které v součtu vychází přibližně na 40 000 Kč za rok.

Jiné změny v podniku nebyly provedeny. V budoucnu se budou otevírat sklepní prostory, které zajistí přibližně 50 dalších míst. Ve sklepních prostorech je v plánu vytvořit prostředí pro fanoušky fotbalových či hokejových zápasů, atp.

Možnost rozšíření podniku o sklepní prostory vidí autorka této práce jako velmi dobrou příležitost, jelikož prostory podniku nejsou opravdu příliš velké a další místa by byla určitě užitečná.

Vzhledem k pozorování, které totiž autorka diplomové práce v podniku prováděla, se zákazníci v podniku velmi rychle střídají a často bylo všude obsazeno. Zákazníci poté využili venkovní terasy, v případě nepříznivého počasí by ale podnik o tyto zákazníky přišel, což by byla škoda. Tuto překážku by však mohli vyřešit právě topidla řešená již u SWOT analýzy.

Dalším poznámkou autorky bylo, že by se podnik měl určitě zamyslet nad zrealizováním platebního terminálu, jelikož nejen v Českém Krumlově, ale už po celém světě, jsou lidé zvyklí platit platebními kartami, přičemž často u sebe nenosí příliš velké množství hotovosti. Absence platebního terminálu by pak mohla způsobit to, že zákazník, který by se sice v podniku chtěl najíst, ale nemá u sebe dostatečné množství hotovosti, půjde radši jinam.

Vzhledem k tomu, že se totiž jedná o lokalitu historického jádra Českého Krumlova, kterou se podařilo zachovat v historickém stylu, není v blízkosti hotelu žádný bankomat, do kterého by si zákazník případně mohl dojít hotovost vybrat.

Díky průzkumu by v případě zavádění platebního terminálu bylo vhodné, aby se jednalo o terminál **přenosný**, jelikož v dnešní době si každý radši počká, než mu obsluha účet přinese, než aby si musel pro účet jít sám k pokladně.

Taktéž autorka může potvrdit, že z pozorování by byl vhodnější přenosný terminál, a to proto, že kasa je přímo za dveřmi, kterými prochází personál a v případě, že by chodil zákazník platit kartou ke kase, překážel by obsluze v průchodu.

Konkurenceschopnost podniku je v Českém Krumlově velmi dobrá, protože podnik se nachází na místě, přes které musí velké množství potenciálních zákazníků projít. Nahrává tomu i to, že se v blízkosti podniku nachází hned několik turistických atrakcí, tudíž zákazníci to mají do podniku kousek.

5.7 Systém elektronické evidence tržeb z pohledu národního a pohledu podniku Hospoda Na louži, s.r.o.

5.7.1 Národní pohled

Odpůrci systému

Systém elektronické evidence tržeb, jak již bylo řečeno výše v této diplomové práci, není v České republice velmi oblíbeným tématem. Lidé proti systému argumentují tím, že pro ně znamená omezování svobody. Také je dle některých názorů zavádění systému do provozu pro podnik velmi nákladnou záležitostí. Malé podniky podle někoho nemají šanci přežít a kvůli systému zkrachují.

Dle podnikatelských svazů, jak už bylo řečeno výše, ukončilo svou činnost 3 000 hospod a restaurací. Je ale otázkou, zda podniky ukončily svou činnost, nebo jen změnily formu podnikání, atp.

Jedním z podnikatelů, kteří museli kvůli zavedení Elektronické evidence tržeb svou činnost ukončit, je Petr Stefanides, který musel zavřít svou restauraci. Podle něj Elektronická evidence tržeb nepřinesla malým obchodním nic pozitivního. (Stefanides, 2019)

Předseda Podnikatelských odborů, Radomil Bábek, uvedl, že EET nemá na výběr daní žádný pozitivní vliv. Dle jeho slov obory nepodléhající Elektronické evidenci tržeb měly třikrát vyšší výběr DPH než obory, které Elektronické evidenci tržeb podléhají. (Bábek, 2018)

Především příznivci strany ODS, často také lidovců či Pirátů vystupují proti systému Elektronické evidence tržeb. Podle nich není evidence tržeb schopná zlepšit vztahy mezi podnikateli, ale naopak škodí drobným a poctivým podnikatelům.

Například podle člena strany Pirátů, Mikuláše Ferjenčíka je největším problémem skutečnost, že Elektronická evidence tržeb dopadá na poctivé podnikatele. Zároveň předpokládá, že v častých případech nelze účtenky ani kontrolovat. (Ferjenčík, 2019)

Příznivci systému

Druhá strana je se systémem spokojená. Je možné slyšet, že systém zamezil alespoň určité části daňových podvodů. „Ceny se navyšují i bez systému,“ říkají někteří jedinci. Příznivci Elektronické evidence tržeb mají o omezování svobody v tomto případě naprosto odlišnou představu. Dle této strany je to tak, že pokud podnikatelé provozují svou činnost s čistým štítem, nemůže jim Elektronická evidence tržeb nijak ublížit.

Dále lidé například uvádí, že díky Elektronické evidenci tržeb mají větší přehled o tom, za co utrací, nebo co, kde a kolik stojí. Kromě toho lze často slyšet názor, že kdo je poctivý a své podnikání vede svědomitě, Elektronické evidence tržeb se bát nemusí. (Novinky.cz, 2018)

Lubomír Mechura, ze společnosti Nielson, uvedl, že obraty prodejen se ve sledovaném období neustále zvyšovaly. Elektronická evidence tržeb je tedy dle jeho názoru správným krokem kupředu. (Mechura, 2019)

Jak je známo, většinou se lidé ozývají spíše s negativními názory. Je ale možné vidět, že pohledy na Elektronickou evidenci tržeb jsou opravdu velmi různorodé a každý si svou argumentaci najde.

5.7.2 Pohled zákazníků podniku Hospoda Na louži, s.r.o.

Co se týče zákazníků sledovaného podniku, jsou názory také rozdílné. Mezi respondenty, se kterými bylo prováděno dotazníkové šetření, se našli jak příznivci, tak odpůrci systému Elektronické evidence tržeb.

Překvapivě ale téměř polovina všech dotazovaných lidí odpověděla, že na systém Elektronické evidence tržeb mají názor kladný. To znamená, že souhlasí s názorem, že by podnikatelé měli být pod dohledem, jestli nedochází k případným daňovým únikům.

Spokojenost respondentů ovlivněna ve větší míře nebyla a cenově se podnik pohybuje také přibližně ve stejné výši jako před zavedením systému. Z volně dostupných informací je známo, že mnoho malých podniků ukončit svou činnost po zavedení systému

nemuselo. Pokud tomu tak bylo, bylo by dobré zamyslet se nad tím, zda je to chybou systému, nebo chybným chováním vedení podniku před jeho zavedením.

6. Závěr

Cílem této diplomové práce bylo vyhodnotit Dopady Elektronické evidence tržeb na spokojenost zákazníků navštěvujících daný podnik. Byl zvolen podnik Hospoda Na louži, s.r.o., který sídlí v Českém Krumlově.

Majitelé provozují svou podnikatelskou činnost prostřednictvím poskytování stravovacích a ubytovacích služeb. Pro vyhodnocování v rámci této diplomové práce byla zapojena jen část podniku, kde se provozuje poskytování služeb stravovacích.

Pro vyhodnocování podniku byly využívány jak metody zkoumající vnitřní, tak i vnější prostředí. Autorka vybrala analyzování takových oblastí, které by mohly mít dopad na zákazníka a zároveň ty, které se týkají Elektronické evidence tržeb.

Hodnocení podniku bylo prováděno na základě podkladů poskytnutých majitelem podniku Hospoda Na louži, s.r.o., informací získaných na základě rozhovorů provedených taktéž s majitelem podniku, dále z veřejně dostupných informací, které lze nalézt i na internetových stránkách daného podniku a stěžejním bodem bylo dotazníkové šetření, které mělo zanalyzovat spokojenost zákazníka vztaženou právě k Elektronické evidenci tržeb.

V praktické části se autorka zabývala analýzou podniku jako celku, jeho možnostmi, konkurenceschopností, podnikovou kulturou, atd. Dále byly provedeny analýzy jako například SWOT analýza či analýza finančních ukazatelů.

Data byla získávána prostřednictvím e-mailové schránky, pokud se jednalo o Výkaz zisku a ztrát, apod. V případě dotazníkového šetření bylo potřeba získávat vyplněné dotazníky přímo v podniku Hospoda Na louži, s.r.o., jelikož bylo nutností, aby do analyzovaného uskupení byly zařazeni pouze a výlučně zákazníci daného podniku.

Na základě analýz a dotazníkového šetření byla shrnuta spokojenost zákazníků jak PŘED tak PO zavedení systému Elektronické evidence tržeb, přibližný náhled na to, co si lidé jakožto zákazníci podniku myslí o zavedení systému a také to, jak systém ovlivnil jejich návštěvy daného podniku.

Dále bylo zjišťováno, jakým způsobem systém Elektronické evidence tržeb ovlivnil fungování podniku z pohledu majitele podniku, pana Miroslava Votřela.

Výsledkem této diplomové práce bylo shrnutí doporučení pro podnik, ke kterým by bylo vzhledem k prováděným analýzám, dobré přihlídnout při následném pokračování ekonomické činnosti podniku.

7. Resumé

The aim of this thesis was to evaluate the impact of Electronic Sales Revenue on the satisfaction of customers visiting a chosen company. Hospoda Na louži, s.r.o., which is based in Český Krumlov, was elected.

Owners operate their business through the provision of catering and accommodation services. For the evaluation of this thesis was involved only part of the enterprise, where purely the provision of catering services.

Both internal and external methods were used to evaluate the company. The author chose to analyze those areas that could have an impact on the customer as well as those related to Electronic Sales Revenue.

The evaluation of the company was carried out on the basis of data provided by the owner of the enterprise Hospoda Na louži, s.r.o, information obtained on the basis of interviews carried out also with the owner of the company, as well as publicly available information, which can also be found on the website of the company. which was to analyze customer satisfaction related to Electronic Sales Record.

In the practical part, the author dealt with the analysis of the company as a whole, its possibilities, competitiveness, corporate culture, etc. Furthermore, analyzes such as SWOT analysis or analysis of financial indicators were performed.

The data were collected either via e-mail, it was for example Profit and loss statement, etc. In the case of the questionnaire survey, it was necessary to obtain completed questionnaires directly at the Hospoda Na louži, s.r.o., because it was necessary to include only the analyzed group customers of the enterprise.

Based on the analysis and questionnaire survey, customer satisfaction was summarized both BEFORE and after the introduction of the Electronic Sales Revenue System, as well as an approximate view of what people, as customers of the company, think of implementing the system and how it influenced their visits to the company.

Furthermore, it was investigated how the system of electronic records influenced the functioning of the company from the perspective of the owner of the company, Mr. Miroslav Votřel and also the view of this topic in terms of financial indicators of the company.

The result of this thesis was to summarize the recommendations for the company, which would be due to the analyzes carried out, it is good to take into account the subsequent continuation of the economic activity of the company.

8. Použitá literatura

Knižní publikace

Beránek, J., & kolektiv. (2013). *Moderní řízení hotelového managementu*. Praha: Mag Consulting s.r.o.

Beránek, J., & kolektiv, a.s. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Mag Consulting, s.r.o.

Blažková, M. (2007). *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s.

Dědina, J. (2005). *Management a organizační chování*. Praha: Grada Publishing.

Dvořáček, J. (2012). *Podnik a jeho okolí*. Praha: nakladatelství C. H. Beck.

Martinovičová, M. (2014). *Úvod do podnikové ekonomiky*. Praha: nakladatelství Grada Publishing, a.s.

Dedouchová, M. (2001). *Strategie podniku*. Praha: nakladatelství C.H. Beck.

Green, H. (2010). *Více než minutu*. Brno: Computer press, a.s.

Hazdra, A. & kolektiv. (2013). *skvělé SLUŽBY, Jak dělat služby, které vaše zákazníci nadchnou*. Praha: Grada Publishing, a.s.

Hrušková, K. (2017). *Řízení služeb ve zvolené firmě*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých budějovicích.

Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s.

Němec, V. (1998). *Řízení a ekonomika firmy*. Praha: Grada Publishing.

Plamínek, J. (2008). *Vedení lidí, týmů a firem*. Praha: Grada Publishing.

Sedláková, R. (2014). *Výzkum médií, Nejužívanější metodiky a techniky*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s.

Jitka Srpová, V. Ř. (2010). *Základy podnikání*. Praha: nakladatelství Grada Publishing, a.s.

Synek, M. (2006). *Podniková ekonomika*. Praha: nakladatelství C.H. Beck.

Templar, R. (2006). *100 zlatých pravidel úspěšného manažera*. Praha: Grada Publishing./

Jan Váchal, M. V. (2013). *Podnikové řízení*. Praha: Grada Publishing.

Internetové zdroje

AMSP ČR. (2018). <http://www.eltrzby.cz/cz/o-co-jde>. Načteno z www.eltrzby.cz.

Bábek, R. (2018). https://www.irozhlas.cz/ekonomika/eet-podnikatele-zivnostnici-elektronicka-evidence-trzeb_1801081500_haf. Načteno z www.irozhlas.cz.

Demagog. (2016). <https://demagog.cz/vyrok/13272>. Načteno z demagog.cz

Ekonom. (2018). <http://www.ekonom-system.cz/cz/aktuality/aktualita/180>. Načteno z www.ekonom-system.cz.

Elektronická evidence tržeb od A do Z. (2017). <https://eet.money.cz/vse-o-eet>. Načteno z eet.money.cz.

etrzby. (2016). [http://www.etrzby.cz/assets/cs/prilohy/sb0043-2016\(12\).pdf](http://www.etrzby.cz/assets/cs/prilohy/sb0043-2016(12).pdf). Načteno z www.etrzby.cz.

etrzby. (2016). <https://www.etrzby.cz/cs/jak-to-funguje>. Načteno z www.etrzby.cz.

etrzby. (2016). http://www.etrzby.cz/cs/zajimavosti_zkusenosti-ze-zahranici. Načteno z www.etrzby.cz.

etrzby. (2018). <https://www.etrzby.cz/cs/proc-e-trzby>. Načteno z www.etrzby.cz:

E-tržby. (2016). <http://www.jaknaetrzby.cz/eet/zakladni-informace/ztracite-se-v-eet-10-zakladnich-pojmu-ktere-vam-pomuzou/>. Načteno z www.jaknaetrzby.cz.

Ferjenčík, M. (2019). <https://byznys.ihned.cz/c1-66490960-babis-nevi-kolik-si-da-kdo-piv-rika-feranec-z-ano-agrofert-podle-nej-data-z-pokladen-nezneuziva>. Načteno z byznys.ihned.cz.

irozhlas. (8. 1 2018). https://www.irozhlas.cz/ekonomika/eet-podnikatele-zivnostnici-elektronicka-evidence-trzeb_1801081500_haf. Načteno z www.irozhlas.cz.

Mechura, L. (2019). <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/dva-roky-fungovani-eet-male-prodejny-zaviraji-velkych-superm/r~d2cf13ac1fe811e9b869ac1f6b220ee8/>. Načteno z zpravy.aktualne.cz.

Novinky.cz. (2018). <https://www.novinky.cz/ekonomika/489221-podpora-evidence-trzeb-mezi-lidmi-roste.html>. Načteno z www.novinky.cz.

Podnikatel.cz. (2018). <https://www.podnikatel.cz/clanky/prisel-po-10-mesicich-propadu-zlom-pocet-hracu-uctenkovky-se-zvysil/>. Načteno z www.podnikatel.cz.

Stefanides, P. (2019). <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/dva-roky-fungovani-eet-male-prodejny-zaviraji-velkych-superm/r~d2cf13ac1fe811e9b869ac1f6b220ee8/>. Načteno z zpravy.aktualne.cz.

Zprávy aktuálně (2017) <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/co-prinesl-rok-s-eet-projdete-si-cisla-a-anketu-mezi-ekonomy/r~5bd99df2d5b211e79704ac1f6b220ee8/v~sl:bc01c06d994ae7991d3c9147e99b9e96/>. Načteno z zpravy.aktualne.cz.

9. Seznam obrázků, tabulek, grafů, vzorců a příloh

Seznam obrázků

Obrázek 1: Okolí podniku; Strategie podniku	6
Obrázek 2: Porterův model pěti sil; Strategie podniku	7
Obrázek 3: Vnitřní okolí podniku; Podnik a jeho okolí	9
Obrázek 4: Vztah mezi posláním podniku, podnikovými zdroji a schopnostmi a okolím podniku; Strategie podniku	11
Obrázek 5: Logo etrzby, https://www.etrzby.cz/cs/608	12
Obrázek 6: Funkční schéma online EET, http://www.ekonom-system.cz/cz/aktuality/aktualita/180	15
Obrázek 7: Slosování účtenkovky; www.podnikatel.cz	18

Seznam tabulek

Tabulka 1: Cestování a cestovní ruch; Nové trendy v nabídce cestovního ruchu	20
Tabulka 2: Návštěvnost státního hradu a zámku Český Krumlov 2014 – 2018	33
Tabulka 3: Vývoj tržeb podniku v letech 2016 – 2018	35
Tabulka 4: Procentuální nárůst mezi sledovanými roky	36
Tabulka 5: EAT pro roky 2016 - 2018	37
Tabulka 6: Rentabilita tržeb v letech 2016 – 2018	38
Tabulka 7: Výpočet SWOT analýzy	43

Seznam grafů

Graf 1: Grafické znázornění průběhu tržeb za rok 2016 až 2018	38
Graf 2: Grafické znázornění čistého zisku za rok 2016 až 2018	40
Graf 3: Názor na Elektronickou evidenci tržeb	44
Graf 4: Ovlivnění frekvence návštěvnosti podniku systémem EET	45
Graf 5: Ovlivnění návštěv podniku systémem EET	46
Graf 6: Délka čekání na obsluhu či servírování	47
Graf 7: Doba pro vystavení účtu pro zákazníka	48
Graf 8: Pohyb cen podniku Hospoda Na louži, s.r.o.	49
Graf 9: Vliv Elektronické evidence tržeb na zdražení, ke kterému v podniku došlo	50
Graf 10: Procentuální vyjádření názorů na zdražení s vlivem systému EET	50
Graf 11: Oblíbený způsob placení	52
Graf 12: Terminál pro možnost provádění plateb pomocí platební karty	53
Graf 13: Typ platebního terminálu	54
Graf 14: Účast v účtenkové loterii	55
Graf 15: Registrace účtenek do účtenkové loterie	57
Graf 16: Hodnocení podniku PŘED zavedením Elektronické evidence tržeb	58
Graf 17: Hodnocení podniku PO zavedení Elektronické evidence tržeb	59
Graf 18: Pohlaví dotazovaných	60

Seznam vzorců

Vzorec 1: Ukazatel rentability tržeb; Řízení a ekonomika firmy	26
Vzorec 2: Meziroční srovnání ukazatele; Makroekonomická analýza - teorie a praxe ...	27

Seznam příloh

Příloha 1: Výkaz zisku a ztrát 2016	75
Příloha 2: Výkaz zisku a ztrát 2017	77
Příloha 3: Výkaz zisku a ztrát 2018	79

10. Přílohy

Příloha 1: Výkaz zisku a ztrát 2016

Minimální závazný výčet informací
podle vyhlášky č.500/2002 Sb.

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY v plném rozsahu ke dni 31.12.2016 (v celých tisících Kč)

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky
Hospoda Na Louži s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

IC
0 4 4 2 5 6 9 3

Kájovská 66
Český Krumlov
381 01

Označení a	Text b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	1	1 378	95
II.	Tržby za prodej zboží	2	6 770	689
A.	Výkonová spotřeba	3	4 774	658
A.1.	Náklady vynaložené na prodané zboží	4	2 440	291
A.2.	Spotřeba materiálu a energie	5	715	179
A.3.	Služby	6	1 619	188
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti (+/-)	7		
C.	Aktivace	8		
D.	Osobní náklady	9	3 043	371
D.1.	Mzdové náklady	10	2 265	277
D.2.	Náklady na sociální zabezpečení, zdravotní pojištění a ostatní náklady	11	778	94
D.2.1.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	12	778	94
D.2.2.	Ostatní náklady	13		
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	14	102	46
E.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	15	102	46
E.1.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - trvalé	16	102	46
E.1.2.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - dočasné	17		
E.2.	Úpravy hodnot zásob	18		
E.3.	Úpravy hodnot pohledávek	19		
III.	Ostatní provozní výnosy	20	13	1
III.1.	Tržby z prodaného dlouhodobého majetku	21		
III.2.	Tržby z prodaného materiálu	22		
III.3.	Jiné provozní výnosy	23	13	1
F.	Ostatní provozní náklady	24	83	1
F.1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	25		
F.2.	Zůstatková cena prodaného materiálu	26		
F.3.	Daně a poplatky	27	81	1
F.4.	Rezervy v provozní oblasti a komplexní náklady příštích období	28		
F.5.	Jiné provozní náklady	29	2	
*	Provozní výsledek hospodaření (+/-)	30	159	-291
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly	31		
IV.1.	Výnosy z podílů - ovládaná nebo ovládající osoba	32		
IV.2.	Ostatní výnosy z podílů	33		
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	34		
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	35		
V.1.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku - ovládaná nebo ovládající osoba	36		
V.2.	Ostatní výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	37		
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	38		
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	39		
VI.1.	Výnosové úroky a podobné výnosy - ovládaná nebo ovládající osoba	40		
VI.2.	Ostatní výnosové úroky a podobné výnosy	41		
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	42		
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	43		

Označení a	Text b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
J.1.	Nákladové úroky a podobné náklady - ovládaná nebo ovládající osoba	44		
J.2.	Ostatní nákladové úroky a podobné náklady	45		
VII.	Ostatní finanční výnosy	46		
K.	Ostatní finanční náklady	47	54	9
*	Finanční výsledek hospodaření (+/-)	48	-54	-9
**	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)	49	105	-300
L.	Daň z příjmů	50		
L.1.	Daň z příjmů splatná	51		
L.2.	Daň z příjmů odložená	52		
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-)	53	105	-300
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	54		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	55	105	-300
*	Čistý obrát za účetní období	56	8 161	785
	Kontrolní číslo (součet řádků 01 až 56)	99	33 693	2 672

Pozn.:

Sestaveno dne: 7.4.2017	Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový záznam fyzické osoby, která je účetní jednotkou
Právní forma účetní jednotky s.r.o.	Předmět podnikání

UGFSEIM150106, 7.80.906, (C) MRP - Informatics, s.r.o., P.O.BOX 35, 763 15 Slušovice

Příloha 2: Výkaz zisku a ztrát 2017

Minimální závazný výčet informací
podle vyhlášky č.500/2002 Sb.

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY
v plném rozsahu
ke dni 31.12.2017
(v celých tisících Kč)

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky
Hospoda Na Louži s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání (šifra se od bydliště)

IC
0 4 4 2 5 8 9 3

Kájovská 66
Český Krumlov
381 01

Označení a	Text b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	1	1601	1378
II.	Tržby za prodej zboží	2	9873	6770
A.	Výkonová spotřeba	3	5722	4773
A.1.	Náklady vynaložené na prodané zboží	4	2868	2440
A.2.	Spotřeba materiálu a energie	5	792	715
A.3.	Služby	6	2062	1619
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti (+/-)	7		
C.	Aktivace	8		
D.	Osobní náklady	9	4003	3043
D.1.	Mzdové náklady	10	2986	2265
D.2.	Náklady na sociální zabezpečení, zdravotní pojištění a ostatní náklady	11	1018	778
D.2.1.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	12	1018	778
D.2.2.	Ostatní náklady	13		
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	14	121	102
E.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	15	121	102
E.1.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - trvalé	16	121	102
E.1.2.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - dočasné	17		
E.2.	Úpravy hodnot zásob	18		
E.3.	Úpravy hodnot pohledávek	19		
III.	Ostatní provozní výnosy	20	7	13
III.1.	Tržby z prodaného dlouhodobého majetku	21		
III.2.	Tržby z prodaného materiálu	22		
III.3.	Jiné provozní výnosy	23	7	13
F.	Ostatní provozní náklady	24	116	83
F.1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	25		
F.2.	Zůstatková cena prodaného materiálu	26		
F.3.	Daně a poplatky	27	98	81
F.4.	Rezervy v provozní oblasti a komplexní náklady přílých období	28		
F.5.	Jiné provozní náklady	29	18	2
*	Provozní výsledek hospodaření (+/-)	30	1519	160
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly	31		
IV.1.	Výnosy z podílů - ovládaná nebo ovládající osoba	32		
IV.2.	Ostatní výnosy z podílů	33		
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	34		
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	35		
V.1.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku - ovládaná nebo ovládající osoba	36		
V.2.	Ostatní výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	37		
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	38		
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	39		
VI.1.	Výnosové úroky a podobné výnosy - ovládaná nebo ovládající osoba	40		
VI.2.	Ostatní výnosové úroky a podobné výnosy	41		
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	42		
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	43	1	

Označení a	Text b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
J.1.	Nákladové úroky a podobné náklady - ovládaná nebo ovládající osoba	44	1	
J.2.	Ostatní nákladové úroky a podobné náklady	45		
VII.	Ostatní finanční výnosy	46	19	
K.	Ostatní finanční náklady	47	21	54
*	Finanční výsledek hospodaření (+/-)	48	-4	-54
**	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)	49	1515	106
L.	Daň z příjmů	50	223	
L.1.	Daň z příjmů splatná	51	223	
L.2.	Daň z příjmů odložená	52		
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-)	53	1292	106
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	54		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	55	1292	106
*	Čistý obrát za účetní období	56	11499	8160
	Kontrolní číslo (součet řádků 01 až 56)	99	50150	33693

Pozn.:

Sestaveno dne: 06.03.2019	Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový záznam fyzické osoby, která je účetní jednotkou
Právní forma účetní jednotky s.r.o.	Předmět podnikání hostinská činnost

UGFSEIM150108, 8.20.973, (C) MRP - Informatica, s.r.o., P.O.BOX 35, 763 15 Štítkovice

Minimální závazný výčet informací
podle vyhlášky č.500/2002 Sb.

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY
v plném rozsahu
ke dni 31.12.2018
(v celých tisících Kč)

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky
Hospoda Na Louži s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Kájovská 86
Český Krumlov
381 01

IC
0 4 4 2 5 6 9 3

Označení a	Text b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	1	1 539	1 801
II.	Tržby za prodej zboží	2	10 506	9 873
A.	Výkonová spotřeba	3	6 189	5 722
A.1.	Náklady vynaložené na prodané zboží	4	3 027	2 868
A.2.	Spotřeba materiálu a energie	5	737	792
A.3.	Služby	6	2 425	2 062
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti (+/-)	7		
C.	Aktivace	8		
D.	Osobní náklady	9	4 746	4 004
D.1.	Mzdové náklady	10	3 567	2 986
D.2.	Náklady na sociální zabezpečení, zdravotní pojištění a ostatní náklady	11	1 179	1 018
D.2.1.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	12	1 179	1 018
D.2.2.	Ostatní náklady	13		
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	14	159	121
E.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	15	159	121
E.1.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - trvale	16	159	121
E.1.2.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - dočasně	17		
E.2.	Úpravy hodnot zásob	18		
E.3.	Úpravy hodnot pohledávek	19		
III.	Ostatní provozní výnosy	20	6	7
III.1.	Tržby z prodaného dlouhodobého majetku	21		
III.2.	Tržby z prodaného materiálu	22		
III.3.	Jiné provozní výnosy	23	6	7
F.	Ostatní provozní náklady	24	125	116
F.1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	25		
F.2.	Zůstatková cena prodaného materiálu	26		
F.3.	Daně a poplatky	27	101	98
F.4.	Rezervy v provozní oblasti a komplexní náklady příštích období	28		
F.5.	Jiné provozní náklady	29	24	18
*	Provozní výsledek hospodaření (+/-)	30	832	1 518
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly	31		
IV.1.	Výnosy z podílů - ovládaná nebo ovládající osoba	32		
IV.2.	Ostatní výnosy z podílů	33		
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	34		
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	35		
V.1.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku - ovládaná nebo ovládající osoba	36		
V.2.	Ostatní výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	37		
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	38		
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	39		
VI.1.	Výnosové úroky a podobné výnosy - ovládaná nebo ovládající osoba	40		
VI.2.	Ostatní výnosové úroky a podobné výnosy	41		
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	42		
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	43	8	1

Označení a	Text b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
J.1.	Nákladové úroky a podobné náklady - ovládaná nebo ovládající osoba	44	8	1
J.2.	Ostatní nákladové úroky a podobné náklady	45		
VII.	Ostatní finanční výnosy	46	61	19
K.	Ostatní finanční náklady	47	31	21
*	Finanční výsledek hospodaření (+/-)	48	22	-3
**	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)	49	854	1 515
L.	Daň z příjmů	50	144	223
L.1.	Daň z příjmů splatná	51	144	223
L.2.	Daň z příjmů odložená	52		
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-)	53	710	1 292
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	54		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	55	710	1 292
*	Čistý obrát za účetní období	56	12 112	11 500
	Kontrolní číslo (součet řádků 01 až 56)	99	51 469	50 155

Pozn.:

Sestaveno dne: 27.3.2019	Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový záznam fyzické osoby, která je účetní jednotkou
Právní forma účetní jednotky s.r.o.	Předmět podnikání hostinská činnost

UGFSEIM150108, 8.20.978, (C) MRP - Informatics, s.r.o., P.O.BOX 35, 763 15 Slušovice