

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

David KOPULETÝ

ZALOŽENÍ GASTRONOMICKÉHO PROVOZU PŘI  
RESPEKTOVÁNÍ ZÁSAD UDRŽITELNÉHO ROZVOJE  
Establishing Gastronomic Business while Respecting the Principles  
of Sustainable Development

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Bc. Eva Lukášková, Ph.D.

Brno, 2018

# VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra gastronomie

Akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: David Kopuleť

Osobní číslo: 14632402

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu (6501R027)

**TÉMA PRÁCE:**

ZALOŽENÍ GASTRONOMICKÉHO PROVOZU PŘI RESPEKTOVÁNÍ ZÁSAD  
UDRŽITELNÉHO ROZVOJE

**TÉMA PRÁCE V AJ:**

ESTABLISHING GASTRONOMIC BUSINESS WHILE RESPECTING THE PRINCIPLES  
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

### **Cíl stanovený pro vypracování BP**

**1. Teoretická část BP:**

Vymezte problematiku podnikání v oblasti gastronomie. Zaměřte se na vymezení pojmů souvisejících s udržitelným rozvojem. Charakterizujte jednotlivé náležitosti podnikatelského plánu.

**2. Praktická část BP:**

**Analytická část:**

Proveďte analýzu možností založení gastronomického provozu, který je v souladu s principy udržitelného rozvoje.

**Návrhová část:**

Cílem práce je, na základě analýzy, navrhnout reálný projekt založení gastronomického provozu.

Jméno a příjmení autora:

David Kopuleť

Název bakalářské práce:

Založení gastronomického provozu při  
respektování zásad udržitelného rozvoje

Název bakalářské práce v AJ:

Establishing Gastronomic Business while  
respecting the Principles of Sustainable  
Development

Studijní obor:

Management v hotelnictví a cestovním ruchu

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Bc. Eva Lukášková, Ph.D.

Rok obhajoby:

2019

## **Anotace**

Cílem bakalářské práce „Založení gastronomického provozu při respektování zásad udržitelného rozvoje“ je návrh na realizaci nového gastronomického provozu. Práce počítá s provozem restaurace a ubytování zaměřené na ekologii. V teoretické části jsou seskupeny teoretické poznatky vhodné pro vytvoření praktické části práce. V následující praktické části jsou provedeny různé analýzy a propočty vedoucí ke konečné podobě podnikatelského plánu.

## **Annotation**

The aim of the bachelor thesis „Establishing gastronomic business while respecting the principles of sustainable development“ is a proposition to realization a new gastronomic venture. The work presumes with operation of the restaurant and accommodation with focus to ecology. There is grouped theoretical knowlence to create a practical part of the work. In the following practical part are made a various analyses and calculations leading to the final form of the business plan.

## **Klíčová slova**

Podnikání, založení podniku, gastronomie, podnikatelský plán, trvale udržitelný rozvoj

## **Keywords**

Business, starting a business, gastronomy, business plan, sustainable development

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci Založení gastronomického provozu při respektování zásad udržitelného rozvoje vypracoval samostatně pod vedením Ing. Bc. Evy Lukáškové, Ph.D. a uvedl v ní všechny použité literární a jiné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne

David Kopuleť

# Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>8</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>9</b>
<b>1 PODNIKÁNÍ V GASTRONOMII</b> .....	<b>10</b>
1.1 VYMEZENÍ GASTRONOMIE .....	10
1.2 GASTRONOMICKÝ PROVOZ.....	12
1.3 ŽIVNOSTENSKÁ ČINNOST .....	12
1.4 ZALOŽENÍ PODNIKU .....	13
1.5 CÍLE PODNIKÁNÍ.....	14
1.6 PODNIKATEL.....	14
1.6.1 <i>Předpoklady podnikatele</i> .....	15
1.6.2 <i>Riziko podnikání</i> .....	15
<b>2 PODNIKATELSKÝ PLÁN</b> .....	<b>17</b>
2.1 POPIS PODNIKU .....	17
2.2 VÝROBNÍ PLÁN.....	18
2.3 ORGANIZAČNÍ PLÁN .....	18
2.4 FINANČNÍ PLÁN .....	19
2.5 OKOLÍ FIRMY .....	19
2.5.1 <i>Analýza konkurence</i> .....	20
2.5.2 <i>SWOT analýza</i> .....	20
2.6 SPECIFIKA PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI PŘI DODRŽOVÁNÍ ZÁSAD TUR.....	21
<b>3 TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ</b> .....	<b>22</b>
3.1 HISTORIE TRVALE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE .....	22
3.2 PRINCIPY TRVALE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE .....	23
3.3 PILÍŘE TRVALE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE.....	24
3.4 TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ V EVROPSKÉ UNII .....	25
3.5 TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ V ČESKÉ REPUBLICE .....	25
<b>PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>27</b>
<b>4 CÍL A METODY ZPRACOVÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE</b> .....	<b>28</b>
<b>5 ANALÝZA MOŽNOSTÍ ZALOŽENÍ GASTRONOMICKÉHO PROVOZU V SOULADU S TRVALE UDRŽITELNÝM ORZVOJEM</b> .....	<b>29</b>
5.1 OKOLÍ FIRMY .....	30
5.1.1 <i>Konkurence</i> .....	30
5.1.2 <i>Analýza zákazníků</i> .....	31
5.1.3 <i>SWOT analýza</i> .....	39
<b>6 EKOLOGICKÝ ŠETRNÝ KONCEPT PODNIKU SVATOJAKUBSKÝ DVŮR</b> .....	<b>42</b>
6.1 EKOLOGICKÉ PRODUKTY PODNIKU .....	42
6.1.1 <i>Pokrmý a nápoje</i> .....	42
6.1.2 <i>Ekologické ubytování</i> .....	43
6.1.3 <i>Nakládání s odpady</i> .....	43
<b>7 ZALOŽENÍ PODNIKU SVATOJAKUBSKÝ DVŮR</b> .....	<b>45</b>
7.1 POPIS PODNIKU .....	45
7.1.1 <i>Cíle podniku</i> .....	46
7.1.2 <i>Popis produktů a služeb</i> .....	47
7.2 MARKETINGOVÝ MIX.....	48
7.2.1 <i>Produkt (product)</i> .....	48
7.2.2 <i>Cena (price)</i> .....	49
7.2.3 <i>Propagace (promotion)</i> .....	49
7.2.4 <i>Místo (place)</i> .....	49
7.3 FINANČNÍ PLAN .....	50

7.3.1	Výdaje.....	50
7.3.2	Příjmy.....	53
<b>ZÁVĚR</b>	.....	<b>56</b>
<b>POUŽITÉ ZDROJE</b>	.....	<b>57</b>
<b>SEZNAM TABULEK, GRAFŮ A OBRÁZKŮ</b>	.....	<b>59</b>
<b>PŘÍLOHY</b>	.....	<b>60</b>

## ÚVOD

Bakalářská práce na téma “Založení gastronomického provozu při respektování zásad udržitelného rozvoje” byla vybrána z důvodu působení autora v daném oboru. Možnost sestavení podnikatelského plánu na objekt, jenž je autorovi celkem blízký, obohacený o zásady udržitelného rozvoje je velmi zajímavé a snad jednou bude vypracovaný podnikatelský plán oporou. Pokud je podnikatelský plán sestaven správně, ukazuje i přes určité překážky při založení relativně vysoký předpoklad ziskovosti. Níže vypracovaný plán může v budoucnu pomoci při snaze získat podnikatelský úvěr, neboť banky jej požadují.

Plánovaný projekt v obci Hluboké počítá s vytvořením relativně velkého objektu poskytujícího stravovací a ubytovací služby při respektování zásad udržitelného rozvoje se zaměřením na ekologický provoz. V první, teoretické části budou představeny podrobné informace v návaznosti na zamýšlený projekt, které jsou poté využity v části praktické. Praktická část se mimo jiné zabývá různými analýzami a výpočty, jenž vedou k vytvoření reálných představ ekonomické životaschopnosti daného budoucího podniku. Restaurace bude zaměřena standardně na českou, mnohdy však i zahraniční kuchyni téměř vždy připravovanou z místních, životní prostředí nezatěžujících, surovin. Při přípravě jídel bude kladen důraz na čerstvost a biokvalitu potravin.

Cílem bakalářské práce bude vymezení problematiky podnikání v oblasti gastronomie při zaměřením na udržitelný rozvoj a na základě analýzy následně navržení reálného projektu založení gastronomického provozu.



## **TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 PODNIKÁNÍ V GASTRONOMII

Slovo „podnikání“ pochází z francouzského výrazu „entrepreneur“, který se dá doslovně přeložit jako „zprostředkovatel“ nebo také „prostředník“. Podnikání je právem každého člověka a vychází z listiny základních práv a svobod, které je dále upraveno v občanském zákoníku, živnostenském zákonu a obchodním zákoníku. (1)

V posledně jmenovaném obchodním zákoníku je pojem podnikání definován jako soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Robert Hirisch v roce 1985 definoval podnikání následovně: „podnikání je proces vytváření čehosi jiného, čemuž náleží hodnota prostřednictvím vynakládání času a úsilí, přebírání doprovodných finančních, psychických a společenských rizik a získávání výsledné odměny v podobě peněžního a osobního uspokojení.“ Znalost teorie podnikání pomáhá překonat bariéry a dosáhnout úspěchu, avšak automaticky úspěch nezaručuje. (2)

Dle zákona 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání spadá podnikání v gastronomii mezi živnosti ohlašovací řemeslné a vyžaduje získání živnostenského listu. K jeho získání je potřeba výuční list z oboru kuchař, číšník nebo maturitní vysvědčení z hotelové školy nebo vysokoškolské vzdělání v oboru gastronomie/hotelnictví. Dále lze živnostenský list získat doložením 6ti leté praxe v oboru. V opačném případě je potřeba odpovědná osoba, která splňuje podmínky pro získání živnostenského oprávnění, jenž podnikání zaštití zaručí se za něj. (3)

## 1.1 Vymezení gastronomie

Gastronomie je obor, jenž studuje vztah kultury a potravy. Vznikla spojením slov gastros (žaludek) a nomos (pravidlo) z řečtiny. Již od dob dávných se lidé na cestách potřebovali nějak stravovat a ubytovat. Gastronomie je tedy spojena se začátkem cestovního ruchu, jenž se v průběhu 12. století prudce rozvíjel. Z počátku nebylo pohostinství bráno jako obživa, ale jak cestování vzkvétalo, pohostinství se postupem stávalo obživou.

Dále lze gastronomii spojovat s potřebou stravování lidské civilizace již od jejího počátku. Jde o vztah mezi přípravou jídla, jeho servírováním a konzumací. Jean-Anthelme Brillat-Savarin o gastronomii: „Gastronomie je znalost a porozumění všemu, co souvisí s jídlem. Jejím účelem je zajistit přežití lidstva díky co možná nejchutnějšímu a nejvhodnějšímu stravování.“ (4)

### **Gastronomické organizace působící na území ČR:**

- Asociace hotelů a restaurací České republiky,
- Česká barmanská asociace,
- Asociace kuchařů a cukrářů České republiky,
- Pražský kulinářský institut,
- Asociace sommelierů ČR,
- HO.RE.KA ČR - sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu,
- Muzeum gastronomie Praha.

### **Vývoj gastronomie v ČR**

Na území České republiky vznikaly restaurace od 2. pol. 19. století a byly využívány hlavně cestujícími na železnici, v menší míře místními obyvateli. Za dob Rakouska Uherska byla úroveň gastronomie na našem území velmi dobře rozvinutá. Avšak po roce 1948 docházelo ke konci soukromého podnikání a pro gastronomii to znamenalo určitý útlum.

Do roku 1989 bylo pohostinství rozděleno do 4 sdružení. Největší stravovací zařízení, jichž bylo v Československu pouze 10, zastřešoval Čedok. O něco menší provozovny spadaly pod sdružení RAJ. O nejmenší provozovny na venkově se staralo sdružení družstevních organizací Jednota a Včela. Rekreační provozovny zajišťovala síť ROH.

Po roce 1989 se do českých obchodů a restaurací pronikly suroviny doposud neznámé či nedostupné. Moderní trendy postupně objevující se v gastronomii přinesly spoustu výhod, ale i nevýhod. V tomto případě se jedná hlavně o obezitu spojenou s moderním stravováním. (5)

### **Trendy v gastronomii**

Gastronomie se mění společně s dobou a společností. Strávníci mění své zájmy a hledají nové chutě. V současné době existuje celá řada gastronomických trendů.

- Zgastronomie - vyznačuje se prožitkem z konzumace jídla,
- Ethno food - pokrmy z národních kuchyní,
- Frontcooking - příprava jídel před zraky hostů,
- Fancy food - zábavná forma gastronomie,
- Fusion cuisine - regionální kuchyně obohacena o exotické chutě,
- Finger food - malé pokrmy často na jedno sousto,
- Fast food - vyznačuje se rychlostí a dostupností, avšak často bez výživných hodnot,

- Molekulární gastronomie - pomezí mezi kulinářským uměním a potravinářskou chemií,
- Slow food - cílem je zachování místní kultury stravování a využití místních surovin,
- Extrémní gastronomie - založeno na konzumaci atypických surovin (hmyz, jedovatá zvěř, živá zvěř, staré potraviny).

## 1.2 Gastronomický provoz

Gastronomickým provozem se rozumí restaurace či stravovací zařízení, neboli podnikatelský subjekt, ve kterém dochází k transformaci vstupů na výstupy. Typickým vstupem může být syrové maso, voda, zrnko kávy nebo koření a výstupem je hotový pokrm či nápoj. Provoz může být veřejný (veřejné restaurace, bary, cukrárny) nebo účelový (školní jídelna). Každý provoz musí splňovat celou řadu bezpečnostních vyhlášek a hygienických standardů, bez kterých by podnik nemohl legálně fungovat. (6)

Gastronomický provoz se dělí následovně:

- výroba - kuchyně, pekárna, bar,
- sklady - suché, chladicí, mrazicí,
- odbyt - samostatný prostor pro hosty.

Podle metodiky Evropské unie jsou gastronomické provozy děleny na:

- restaurace - široký výběr jídel, mnohdy složitých příprav,
- motoresty - zaměřeno na motoristy, jednodušší nabídka jídel,
- kiosky - jednoduché sezonní občerstvení,
- pohostinství - základní stravování,
- bufet - samoobslužný prodej,
- bar - v nabídce hlavně nápoje,
- kavárna - zaměřeno hlavně na kávu,
- hostinec - typické venkovské zařízení s jednoduchou nabídkou,
- vinárna - zaměřeno na nabídku vín.

## 1.3 Živnostenská činnost

Založení podniku předchází nutnost založení živnosti, jenž je v České republice stanovena zákonem č. 455 z roku 1991 o živnostenském podnikání. Živnost je jedna z možností podnikání. Vyznačuje se pouze malým finančním obnosem, jenž je potřeba při založení

a minimální regulací ze strany státu. Živností je soustavná činnost provozována samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených zákonem.

Živnost může provozovat právnická i fyzická osoba. Fyzická osoba musí být plnoletá, trestně bezúhonná a způsobilá k právním výkonům. Živnosti dělíme na dvě základní skupiny, a tím jsou živnosti ohlašovací a koncesované. V případě úspěšného podnikání se ze živnosti dá vytvořit společnost (akciová společnost, společnost s ručením omezeným, veřejná obchodní společnost, komanditní společnost).

**Ohlašovací živnost** je udělena na základě ohlášení. Do dané skupiny patří většina živností. Dělí se na tři podskupiny:

1. **řemeslné živnosti** - Zde se příkládá doklad o řádném ukončení studia v příslušném oboru (výuční list, maturitní vysvědčení, vyšší odborné vzdělání nebo vysokoškolské vzdělání). Další možností je uznání odborné kvalifikace v oboru. Nejčastěji je sem řazen např. provoz řeznictví, restaurace, zednictví.
2. **volné živnosti** - Pro udělení živnosti volné stačí splnit výše uvedené všeobecné podmínky podnikání. Spadá sem celkem 80 činností, ze kterých se dá vybrat i více možností. Patří sem provozování maloobchodu či ubytovacího zařízení.
3. **vázané živnosti** - Podmínkou k získání vázané živnosti je prokázání odborné způsobilosti, kterou stanoví živnostenský zákon. Patří sem provozování autoškoly, masérské služby či vedení účetnictví.

**Živnost koncesovaná** je udělena na základě správního rozhodnutí. K získání živnosti je zapotřebí kladné vyjádření příslušného státního orgánu a odborná způsobilost k vykonávání činnosti v daném oboru. Jedná se například o provoz cestovní kanceláře nebo podnikání ve zbrojním průmyslu. (7)

## 1.4 Založení podniku

Pro založení podniku se musí přihlásit na živnostenském úřadu, zaplatit příslušné poplatky a ohlásit živnost nebo požádat o udělení koncese. Založit podnik může fyzická nebo právnická osoba splňující podmínky živnostenského zákona (plnoletost, způsobilost k právním úkonům a bezúhonnost). Založení podniku se uskuteční uzavřením společenské

smlouvy u právnické osoby a získáním živnostenského oprávnění u osoby fyzické. Podnik poté vznikne zapsáním do obchodního rejstříku.

Před založením podniku je vhodné vypracovat průzkum trhu, kde bude podnik působit a v neposlední řadě podnikatelský plán. Měl by zahrnovat informace o výrobcích, které se budou vyrábět/nabízet a pomocí jaké technologie se toho dosáhne. Dále by měl obsahovat informace o finančních zdrojích, spolupracovnících, zákaznících, předpokladech nákladů, výnosů a zisků, výši kapitálu a v neposlední řadě umístění podniku. Ve spojení s TUR je potřeba zajistit způsoby nakládání s odpady, získávání energií a další náležitosti spojené s udržitelným rozvojem. (8,9)

## **1.5 Cíle podnikání**

Je dobré mít jasnou vizi a podnikání by mělo mít kam směřovat. Stanovení cílů patří mezi hlavní úlohy před založením podniku, díky jasným cílům a představám se podnik lépe řídí a směřuje do požadované podoby. Cíle mohou být dlouhodobé, mezi které patří třeba zvyšování tržní hodnoty podniku, nebo krátkodobé, které se často mění dle aktuálního dění na trhu a mezi zákazníky. Mezi cíle již fungujícího podniku je možné zařadit: zlepšení organizace práce, využití moderních technologií, zvyšování cen produktů, finanční soběstačnost, zvýšení zisků, snižování nákladů, obnova technologií, vyšší efektivita práce, rozšíření provozu, efektivnější využití strojů, zaměstnanců a času, likvidita firmy, vysoká konkurenceschopnost, dobré jméno firmy, lepší pracovní podmínky, růst cen akcií, vyšší osobní ohodnocení, zkvalitnění pracovního prostředí, uspokojení dodavatelů a odběratelů, provoz v rámci trvale udržitelného rozvoje. (2)

Proč ale lidé vykonávají podnikatelskou činnost? Existuje mnoho důvodů, téměř všechny však spojuje jedno, a tím je dosažení zisku. Dále podnikatelé touží po nezávislosti a flexibilitě, jenž si do jisté míry mohou stanovit sami. V neposlední řadě lidé touží po finanční nezávislosti spojené s úspěšným chodem podniku.

## **1.6 Podnikatel**

Podnikatel je právnická nebo fyzická osoba, jenž získala živnostenské oprávnění. Je to osoba pracující na vlastní odpovědnost, vlastním jménem, na vlastní riziko za účelem zisku. Jedná-li se o fyzickou osobu, stává se osobou samostatně výdělečně činnou. Nezávisle na objemu podnikatelských aktivit se právnická či fyzická osoba stává podnikatelem. Se slovem

podnikatel se pojí různé vlastnosti, jimiž se jedinci často vyznačují. Jedná se o inovátorství nebo cílevědomost. Slovo „podnikatel“ pochází z francouzského výrazu „entrepreneur“, který se dá doslovně přeložit jako „zprostředkovatel“ nebo také „prostředník“. Podnikání je právem každého člověka a vychází z listiny základních práv a svobod, které je dále upraveno v občanském zákoníku, živnostenském zákonu a obchodním zákoníku. S ekonomikou je pojem podnikatel spojován od přelomu 18. a 19. století. (10)

### **1.6.1 Předpoklady podnikatele**

Úspěšnost podnikání velmi často tkví ve správných předpokladech podnikatele. Může se jednat o předpoklady vrozené nebo osvojené v průběhu života. V prvním případě je podnikatel lépe předurčen k úspěšnému podnikání. Schopnosti správně řídit podnik bývají vrozené. Dovednosti se pak dají naučit v průběhu života.

#### **Předpoklady k úspěšnému řízení podniku:**

- Odbornost - základem je orientovat se v oboru ve kterém podnikáme.
- Vytrvalost - většina podniků je ze začátku ve ztrátě, úspěch si žádá čas.
- Spolehlivost - nutnost dodržení slíbeného (schůzka, faktura, projekt).
- Spořivost - k založení podniku je vždy potřeba určitý obnos peněz. Dále je vždy potřeba mít určitou peněžní rezervu.
- Finanční gramotnost - nutnost orientovat se v předpisech, DPH a dalších ukazatelích či povinnostech týkajících se peněz.
- Tah na branku - kdy a za jakých okolností je potřeba udělat správné rozhodnutí.
- Odolnost vůči stresu - v podnikání je jedinec velmi často vystaven stresovým situacím.
- Schopnost organizace aktivit a času,
- Leadership - schopnost sjednotit skupinu, schopnost motivace.
- Týmový duch - schopnost podpořit ostatní a pracovat ve skupině lidí.
- Inovátorství - v podnikání je potřeba nacházet nové možnosti, inovovat výrobu a nacházet nové podnikatelské cíle. (10)

### **1.6.2 Riziko podnikání**

Jedná se o nebezpečí, že se dosažené výsledky podnikání nebudou slučovat s původní představou. Jedná se o souhrnný pojem, který představuje všechna rizika, jenž zásadně ovlivňují podnikání. Podnikání jako takové je vysoce rizikové a každý podnikatel je vystaven

mnoha rizikům. Za první a počáteční riziko lze označit rozhodnutí podnikat. Další riziko představuje rozhodnutí v jakém oboru, za jakých podmínek a na jakém místě budeme podnikat. Do určité míry se rizikům dá vyhnout správnou a důkladnou přípravou podnikatelského plánu obsahující i různé krizové situace.

Rizika dělíme na interní a externí. Interní znamenají možná rizika uvnitř firmy, které se dají ovlivňovat. V druhém případě u externích rizik je jen malá šance ovlivnit je. Typicky sem patří situace na celém trhu, situace dějící se mimo firmu, které však na firmu nějakým způsobem působí a ovlivňují její chod. Časté riziko pro firmu představuje změna cen, vstup nových konkurentů, nová daňová politika státu, změny technologií, nový směr toku peněz, přírodní katastrofy, změna obchodních podmínek nebo třeba politické konflikty.

#### **Druhy podnikatelských rizik:**

- technická rizika,
- výrobní rizika,
- úvěrová rizika,
- insolvenční rizika,
- tržní rizika,
- měnová rizika,
- logistická rizika,
- politická rizika,
- sociální rizika,
- ekologická rizika,
- pojistná rizika,
- marketingová rizika.

Slova „riziko“ a „podnikání“ toho mají spolu velmi společného. Rizik existuje nepřeberné množství. (8)



## 2 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podnikatelský plán je dokument, jenž představuje a shromažďuje informace o současném stavu, prostředcích a cílech, kterých chceme dosáhnout. Pochází z anglického výrazu „business plan“, který se dá volně přeložit také jako podnikatelský projekt. Má začínajícímu podnikateli zhodnotit současnou situaci po finanční a časové stránce, stavu trhu a možnostech začátku realizace podniku. Nedílnou součástí podnikatelského plánu je zhodnocení pravděpodobnosti v úspěšnost projektu. Obsah a propracovanost podnikatelského plánu závisí na samotném podnikateli, jenž většinou plán sestavuje. Měl by být přehledný, jasný, logický, stručný ale zároveň obsáhlý v důležitých informacích, pravdivý, založený na realitě a měl by počítat s možnými riziky. V případě financování projektu ze strany věřitelů bude s největší pravděpodobností správně vypracovaný podnikatelský plán klíčem k úspěšnému získání investorů. V případě využití bankovního úvěru je podnikatelský záměr nutností. Pro sestavení podnikatelského plánu lze také oslovit odborníky z řad účetních, marketérů nebo techniků. (11)

### 2.1 Popis podniku

V každém podnikatelském plánu musí být nezbytně obsažen popis podniku a jeho služeb či produktů. Jedná se o základní informace o podniku, které budou první o co se budou potencionální investoři zajímat. Musí být uvedeny následující informace: umístění podniku, název podniku, obchodní koncept, dostupnost z hlediska infrastruktury, konkurenční výhoda, podrobný popis vyráběných produktů nebo nabízených služeb, způsob výroby, zázemí a zařízení podniku, financování podniku, stav objektu, případné nutné opravy, důvod umístění podniku, předpokládaný budoucí rozvoj podniku, potencionální zákazníci, nároky na investora. Popis podniku by měl být sepsán srozumitelně, v logickém pořadí, stručně a bez zbytečných odborných výrazů, které by mohly investory odradit.

U produktu se popíše fyzický vzhled i ostatní vlastnosti a k čemu bude sloužit. Konečná předpokládaná cena pro zákazníky by se měla také uvádět. V dnešním tvrdém konkurenčním prostředí by náš výrobek či služba měly mít konkurenční výhodu. Produkt nově zakládaného podniku by měl být něčím výjimečný, na trhu dosud nedostupný či neznámý. Další výhodou je nalezení tzv. díry na trhu, kdy je buď vysoká poptávka po produktu, který není v daný čas nebo na daném místě dostupný, nebo míněný produkt zatím nikdo nikdy nenabídl, jedná se tak o novinku na trhu dosud nepoznanou. Jiné podniky svůj úspěch založili na výrobě již známého produktu, který však něčím vylepšili a nabídli jeho lepší/kvalitnější verzi. Ani vyvinutí nového produktu či vylepšení starého nezaručuje automatický úspěch, stále záleží na schopnostech,

dovednostech a správných rozhodnutích podnikatele k založení a poté řízení úspěšného podniku. (12)

## **2.2 Výrobní plán**

Pro efektivní fungování celého výrobního procesu je velmi důležitý správně nastavený výrobní plán. Výrobní plán zahrnuje fakta o produktech, jenž jsou v plánu vyrobit, včetně plánovaného množství a termíny v nichž je potřeba produkty vyrobit. Hlavní úlohou vycházející z výrobního plánu je plánování potřeby materiálu na výrobu, který by měl zahrnovat případné odchylky od plánovaných dodávek v případě nedostupnosti materiálů nebo skluzu ve výrobě. Součástí výrobního plánu je i skladové hospodářství, které stanoví odpovědnou osobu za skladování, druhy skladů, jejich velikost a podmínky skladování materiálů. Dále uvádíme jaké části výrobního procesu si obstará firma sama a které budou prováděny subdodávkami. A v neposlední řadě se uvádí možnosti dodavatelů, jejich podmínky dodávek a celkový přehled dodavatelů s ohledem na budoucí možnou nedostupnost surovin a materiálů v rámci trvale udržitelného rozvoje. (12)

## **2.3 Organizační plán**

Jedná se o hierarchické uspořádání vztahů mezi pracovními místy a pracovními útvary a slouží především k určení a definování manažerského týmu. Obsahuje vztahy mezi nadřízenými a podřízenými a pravomoci, kompetence a odpovědnosti na všech místech pracovníků od manažerů po uklízečky a vzájemné vazby mezi pracovními místy. Žádná větší organizace se bez organizační struktury neobejde, neboť určuje nezbytné informace při řízení většího počtu lidí. Jedná se o systém, jenž každému zaměstnanci přiděluje pracovní náplň a odděluje odpovědnosti jednotlivých složek firmy. Při vytváření se často využívá metody „OSCAR“, akronymu z anglických slov: (objectives - cíle, specialization - specializace, coordination - koordinace, authority - pravomoce, responsibility - odpovědnost).

Popisuje dané pracovní náplně a funkce, podle kterých se poté majitel rozhoduje pro přijetí vhodných zaměstnanců na různá pracovní místa. Pro každé místo je potřeba sestavit si seznam kritérií a požadavků. Každý zaměstnanec má díky organizační struktuře jasně dané pravomoce a hlavně úkoly, jimž se poté věnují. Každý úkol má určité metody a postupy k dosažení cílů, za které jsou poté zaměstnanci odměňováni právě na základě organizační struktury.

Dokonalá organizační struktura neexistuje, správnost organizační struktury je dána pouze její účinností v praxi. Organizační struktura může být funkcionální (typická pro výrobní podniky, kde se lidé sdružují podle dovedností), projektová (tříúrovňové vedení: manažer-manažer projektu-projektový tým), maticová (všichni jsou si rovni) nebo divizionální (každá divize je na stejné úrovni). (12)

## 2.4 Finanční plán

Finanční plán se týká stanovení posloupnosti budoucího dění ve firmě v oblasti financí a představuje budoucí ekonomické cíle podniku. Jedná se o velmi významnou část, ze které vychází zhodnocení podnikatelského záměru. Z hlediska investorů se jedná o nejdůležitější část podnikatelského záměru. Hlavním cílem je specifikování potřebného množství financí k založení, udržení a ziskovosti podnikání. V opačném případě ukáže finanční nerentabilita zakládání podniku. Finanční plánování vždy vychází z reálných a aktuálních hodnot a podkladů a měla by zahrnovat celkové období do plánovaného splacení investice nebo očekávané ziskovosti firmy. Mezi hlavní cíle finančního plánu patří ziskovost, vysoká ekonomická hodnota podniku, růst tržeb, finanční stabilita a vysoká likvidita podniku. Nejčastěji finanční plán sestavujeme pomocí následovných poměrových finančních ukazatelů: ukazatelé aktivity, ukazatelé zadluženosti a ukazatelé likvidity.

Všeobecně je možné finanční plánování rozdělit na tři varianty odvíjející se od období:

- Operativní plán (krátkodobý) - zahrnuje období maximálně jednoho roku. Pružně reaguje na nejaktuálnější potřeby a problémy podniku.
- Dlouhodobý plán - plánuje se na rok až 5 let dopředu, při ojedinělých významných a dlouhodobých investicích zahrnuje i dobu delší.
- Strategický plán - jedná se o základní a hlavní cíle podniku, sestavuje se na dobu 10, nejčastěji však 20 ale i více let. (12)

## 2.5 Okolí firmy

Každý podnik je obklopen okolím, jenž do jisté míry podnik ovlivňuje. Okolí, se všemi svými faktory, může být pro podnik jak příležitostí tak ohrožením. Do jisté míry může být vliv podniku na okolí silnější než vliv okolí na podnik, je to však pouze v ojedinělých případech (velké nadnárodní firmy). Mezi nejpoužívanější prostředky pro výzkum firemního okolí patří SWOT a PEST analýza.

Faktory ovlivňující podnik:

- sociální - případný rozpor se sociálními zájmy v okolí podniku.
- geografický - silně ovlivňuje obsluhu a celkovou logistiku podniku.
- ekonomický - každý podnik je ovlivněn ekonomickou situací státu či místa ve kterém se nachází. Patří sem: dostupnost výrobních faktorů, daňové zákony nebo měnový vývoj.
- ekologický - faktor čím dál více na popředí zájmů. Úzce souvisí s trvale udržitelným rozvojem.
- politický - politika má silné důsledky na podnikovou sféru.
- technologický - dostupnost techniky a technologií silně ovlivňuje chod podniku. (13)

### 2.5.1 Analýza konkurence

Před jakýmkoli založením nového podniku by jsme si měli uvědomit možnou existenci konkurence na trhu. V současné době je na trhu většina společností vystavena přímé nebo nepřímé konkurenci. Při analýze konkurence je potřeba rozdělit si konkurenty na hlavní a vedlejší. Hlavní konkurenti představují pro náš podnik vyšší míru nebezpečí, a tak se jim v analýze budeme více věnovat. U hlavních konkurentů budeme sledovat především objem prodeje, dodací lhůtu, roční obrat, služby a jejich kvalitu, podíl na trhu, ceny nebo image výrobků. Informace se budeme snažit získávat pravidelně, aby jsme se vyhnuli případným výkyvům ze strany konkurentů a předešli zaostání. Shromážděné informace nám napomohou stanovit silné a slabé stránky vlastní firmy vůči konkurentům a naopak. (12)

### 2.5.2 SWOT analýza

SWOT analýza představuje jednu z nejpoužívanějších analýz. Posuzuje vnitřní a vnější činitele a porovnává jejich kladný či záporný vliv na určené cíle. Jedná se o akronym anglických slov Strength - síla, Weakness - slabost, opportunity - příležitost a Threat - hrozba. Ke správnému vypracování analýzy je potřeba si klást vhodné, smysluplné a relevantní informace pro daný podnik a zároveň si na otázky umět nezaujatě odpovědět. Správně vypracovaná SWOT analýza pomůže posoudit realizovatelnost projektu.

SWOT analýza se sestává ze čtyř oblastí:

**Silné stránky** - vlastnosti, jenž dávají podniku konkurenční výhodu. Zahrnuje oblasti, v nichž je podnik lepší než konkurence. Můžeme sem zařadit: know-how, silná značka, zaměstnanci, umístění podniku nebo image firmy. Jedná se o interní vlastnosti, které se dají podnikem ovlivnit.

**Slabé stránky** - vlastnosti, které podniku ubírají v konkurenčním prostředí. (vysoké náklady na výrobu, špatné umístění podniku, nedostatek zaměstnanců). I slabé stránky jsou interní a ovlivnitelné vlastnosti.

**Příležitosti** - jedná se o externí a neovlivnitelné vlastnosti, které by však v případě jejich vhodného využití či naložení s nimi mohly podniku přinést určitou výhodu.

**Hrozby** - jakékoli činitele, které mohou negativně ovlivnit chod podniku. Mezi hrozby zařadíme živelné pohromy, změny preferencí zákazníků či regulační opatření ze strany státu. Hrozby jsou prakticky neovlivnitelné, dá se proti nim však připravit. (14)

## **2.6 Specifika podnikatelské činnosti při dodržování zásad TUR**

Rozhodnutí podnikat při dodržování zásad TUR nese celou řadu specifík, jenž se pojí s udržitelným rozvojem. Mezi hlavní činnosti, na které je třeba se zaměřit, zařadíme:

- Získávání energie pomocí obnovitelných zdrojů a regulace spotřeby na potřebné minimum,
- využívání regionálních potravin a s tím spojená podpora oblastní ekonomiky,
- šetrné nakládání s odpady.

### 3 TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ

Trvale udržitelný rozvoj, často nazýván pouze udržitelným rozvojem, je takový rozvoj lidské společnosti, která souladí hospodářský, ekonomický a společenský rozvoj s co možná plnohodnotným zachováním životního prostředí. Vznikl překladem z anglického termínu „sustainable development“ a je mnohem rozšířenější než samotná ochrana životního prostředí. TUR sestává ze tří na sobě relativně nezávislých pilířů, a tím se rozumí pilíř sociální, environmentální a ekonomický. (9)

V současné době existuje nepřehledné množství definicí TUR (trvale udržitelný rozvoj). Oficiální definice je ve zprávě Naše společná budoucnost vydaná Světovou komisí pro životní prostředí a rozvoj OSN z roku 1987: „*Trvale udržitelný rozvoj je takovým rozvojem, který naplňuje potřeby přítomných generací, aniž by ohrozil schopnost budoucích generací naplňovat potřeby své.*“ Jedna z dalších definicí je obsažena v zákoně České republiky o životním prostředí: „*Trvale udržitelný rozvoj společnosti je takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachová možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů.*“ (15)

#### 3.1 Historie trvale udržitelného rozvoje

První zmínka o trvale udržitelném rozvoji souvisí se založením tzv. Římského klubu (Club di Roma) v roce 1968. Klub sdružuje uznávané osobnosti environmentální oblasti z celého světa a provádí výzkumy na téma „stanovení limitů ekonomického růstu populace.“ Roku 1972 klub zveřejnil zprávu „Meze růstu“, která obsahovala výsledky z počítačově simulovaného vývoje lidské společnosti do roku 2100, z níž vyplývá, že do roku 2100 dojde k výraznému populačnímu pádu z důvodu mimořádné vyčerpanosti přírodních zdrojů, nedostupnosti energetických zdrojů a znečištění planety. Zpráva byla vydána rovněž knižně. Poté, ke 20-ti letému výročí zprávy bylo vydáno její pokračování s názvem Překročení mezí, jenž aktualizuje informace zveřejněné před 20-ti lety a doplňuje je o nové poznatky a simulace do budoucna.

Ještě téhož roku se uskutečnila tzv. Stockholmská konference svolaná OSN na téma prostředí člověka. Zde se poprvé nastínila myšlenka přijatelného trvale udržitelného rozvoje a nutnost zabývat se jím. Konference stála za vznikem programu OSN pro životní prostředí (UNEP), jenž se problémem zabývá.

Od té doby do současnosti bylo konáno velké množství konferencí, zasedání a summitů věnující se tématu TUR. Jmenovitě Montrealský protokol v roce 1987, Kjótský protokol v roce 1997, zasedání OSN Rio + 5 v roce 1997 nebo Světový summit o udržitelném rozvoji v Johannesburgu v roce 2002.

Roku 2000 se podpisem Deklarace tisíciletí zavázalo všech 189 členů OSN a Švýcarsko s Vatikánem spolupracovat na odstranění největších problémů rozvojového světa.

Mezi cíle patří:

- Vymýcení chudoby,
- základní vzdělání pro všechny,
- prosazení rovnosti pohlaví,
- snížení dětské úmrtnosti,
- zlepšení zdraví matek,
- boj s HIV/AIDS nebo malárií,
- zajištění udržitelného rozvoje,
- vytvoření světového partnerství pro rozvoj. (9)

### 3.2 Principy trvale udržitelného rozvoje

V roce 1992 se konala do té doby největší konference svolaná OSN, jenž se konala v Riu de Janeiro a byla často nazývána jako „Summit země“. Právě zde se blíže specifikovaly níže vypsané principy trvale udržitelného rozvoje.

- **Dlouhodobá perspektiva** - jakékoli rozhodnutí musí být založeno na dlouhodobém a strategickém plánování.
- **Předběžná opatrnost** - některé naše činnosti nesou jisté riziko špatných dopadů, je proto na místě uvažovat s opatrností.
- **Propojení základních oblastí života** - zohlednění ekonomiky, sociálního a životního prostředí.
- **Kvalita života** - vychází z fakta, že lidé mají právo na kvalitní život, vychází z etiky, estetiky, společenského hlediska nebo duchovnosti.
- **Sociální spravedlnost** - povinnosti i odpovědnost je třeba dělit mezi země i regiony spravedlivě a měla by zohledňovat všechny.
- **Zohlednění vztahu lokální a globální** - propojení činností na lokální a globální úrovni.
- **Prevence** - aplikovat prevenci je mnohem jednodušší než likvidovat již vzniklé dopady.

- **Vnitrogenerační a mezigenerační odpovědnost** - zajištění zdravého životního prostředí i pro budoucí generace.
- **Demokratické procesy** - zapojení společnosti do problému.
- **Omezená kapacita životního prostředí** - omezené zdroje surovin nebo nakládání s odpady.

(9)

### 3.3 Pilíře trvale udržitelného rozvoje

TUR je možné rozdělit podle dimenzí nebo pilířů. Práce se však zabývá rozdělením pilířovým. Pilíře se rozlišují tři, patří sem environmentální, ekonomický a sociální a podrobněji jsou rozepsány v dalších odstavcích práce. Pilíře byly stanoveny na Summitu země v Rio de Janeiru roku 1992. Někdy se k nim přidává ještě pilíř kulturní. Pilíře jsou na sobě částečně nezávislémi, je však zapotřebí chápat je jako jeden celek a věnovat se jejich vzájemnému ovlivňování.

#### Sociální pilíř

Sociální pilíř spočívá hlavně v zajištění kvality života a rozvoje lidí. OSN program nazývá trvale udržitelný lidský rozvoj. Mezi hlavní aktivity pilíře spadá snaha o vymýcení nerovností mezi státy, skupinami ale i jednotlivci. Další důležitou součástí je zajištění vzdělání, bezpečnosti a zdraví napříč populací. Dalším cílem je odstranění chudoby, kterému některé dokumenty dávají takovou důležitost, bez které se k trvalé udržitelnosti nedá vůbec dojít. Pro přívětivý vývoj TUR je klíčová výchova a vzdělání vedoucí k trvale udržitelným znalostem a postojům. Program spojených národů pro rozvoj každoročně vydává tzv. index lidského rozvoje (HDI), v původně Human development Report, jenž porovnává lidské zdraví, úroveň vzdělání a hmotnou životní úroveň. Na popředí indexu stojí vysoce rozvinuté země v čele s Norskem, na druhém konci stojí rozvojové země nacházející se často v Africe. Na samotném konci se nachází Rovnicková Guinea.

#### Environmentální pilíř

Environmentální pilíř vychází ze skutečnosti, že v omezeném systému je také určitý omezený růst. Ekonomický a hospodářský rozvoj přímo souvisí s přírodními podmínkami. S přírodními podmínkami silně souvisí i lidský život, který je na přírodních zdrojích závislý. Příroda poskytuje lidské civilizaci jak životadárné podmínky tak široké spektrum ekonomicky cenných služeb, kterých však využíváme v nepřiměřené míře a životní prostředí devastujeme. Za současných podmínek využívání přírodních zdrojů se nedá o trvalé udržitelnosti téměř mluvit.



### **Ekonomický pilíř**

Ekonomický pilíř sestává ze všech aktivit společnosti a soužitím mezi nimi a životním prostředím. Přírodní zdroje se nachází na zemském povrchu i pod ním a slouží jako zdroj udržování života na zemi. Přírodní zdroje se utvářely miliardy let, lidstvo je však dokázalo během sta let z velké části spotřebovat či zničit. Pro přežití budoucích generací je proto potřeba přírodní zdroje více ocenit a pokusit se je zachovat. (9)

### **3.4 Trvale udržitelný rozvoj v Evropské unii**

V dnešní době je ve světě mnoho silných a vyspělých ekonomik, nicméně Evropa si drží svůj prim v mnohých ohledech. V otázce trvale udržitelného rozvoje je tedy na místě, aby byla Evropa v čele světového úsilí o ochranu prostředí a udržitelného rozvoje. Základní dokumenty opakovaně zdůrazňují potřebu přechodu k udržitelnému rozvoji a politika Evropské unie se snaží členské státy vést ke kýženému cíli být udržitelní. Hlavní zásadou se stává propojení všech tří základních pilířů udržitelnosti (environmentální, ekonomický a sociální) a jejich začlenění do politik všech členských států EU. Oficiální název hlavní strategie EU zní: „Udržitelná Evropa pro lepší svět.“ Strategie je rozdělena do níže uvedených čtyř částí.

**Směrem k udržitelné Evropě** - obsahuje vymezení hlavních hrozeb TUR (globální oteplování, stárnutí populace, ztráta biodiversity, nové neznámé nemoci a skleníkové plyny).

**Dosahování hlavních cílů** - deklaruje několik hlavních návrhů a doporučení za účelem zlepšení efektivity dosažení TUR.

**Stanovení cílů, priorit a plánů** - výčet nejdůležitějších cílů a plánů, mezi které patří primárně zvýšení tzv. „čisté energie“.

**Implementace strategií a kontrola vývoje** - všechny provedené kroky se pravidelně posuzují na jarním zasedání Evropské rady. (16)

### **3.5 Trvale udržitelný rozvoj v České republice**

Pojem TUR byl v České republice dlouhou dobu opomíjen, ne-li ignorován. Dlouhodobé opomíjení udržitelného rozvoje bylo dáno rozsáhlou industrializací a orientací na těžký průmysl po druhé světové válce. Těžký průmysl generoval velké množství peněz a ekonomice se dařilo. Vzhledem k danému faktu neměla ochrana životního prostředí mnoho zastánců. Velkým nedostatkem bylo nízké vzdělání v daném oboru a chybějící osvěta ve školách

ale i celé společnosti. Co se týče životního prostředí, Československo se zařadilo mezi nejhorší země, v roce 1989 se dokonce umístilo na úplně posledním místě celé Evropy.

Skutečnost byla do velké míry ovlivněna komunistickou nadvládou, která životnímu prostředí nevěnovala žádnou pozornost. Po rozpadu Sovětského svazu a pádu komunismu v ČSSR musela společnost nejprve přejít z totalitního systému na demokracii a tržní hospodářství a teprve poté se mohla po vzoru západu orientovat na zmírnění znečištění životního prostředí a respektování TUR.

Po rozpadu Československa se hovoří pouze o situaci v nově vzniklé České republice, kde se vzhledem k obrovské podpoře veřejnosti v 90. letech 20. století začaly vydávat značné peněžní prostředky na ochranu životního prostředí. V porovnání k ostatním zemím střední a východní Evropy bylo vydáváno nejvíce peněz, a to až 3 % HDP. V roce 2003 byla usnesením vlády vytvořena tzv. Rada vlády pro udržitelný rozvoj, jenž se stala nejdůležitějším orgánem v rámci TUR v ČR. Mezi první kroky k vytvoření fungující strategie TUR v naší společnosti byl projekt „K udržitelnému rozvoji České republiky: vytváření podmínek“, který se skládal z pěti níže vypsanych oblastí.

1. Vytvoření široké institucionální a expertní základny pro TUR,
2. vytváření podmínek pro aktivní účast ČR v mezinárodním úsilí o udržitelný civilizační vývoj,
3. integrování principů UR do vybraných odvětvových politik,
4. příprava podkladů pro státní politiku životního prostředí a strategii TUR,
5. vzdělávání a vytváření povědomí společnosti v rámci TUR.

V současné době se životní prostředí v České republice podařilo ve velké míře zlepšit. Avšak stále je co zlepšovat a krajina je na mnoha místech nenávratně zničená. (17)

## **PRAKTICKÁ ČÁST**

## **4 CÍL A METODY ZPRACOVÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

Cílem práce je založení gastronomického provozu v souladu s trvale udržitelným rozvojem. Základním předpokladem pro úspěšnou realizaci cíle práce je použití správných metod, analýz a sběru dat. Při zpracování práce bylo v teoretické a praktické části využito následujících postupů.

Analýza – neboli rozbor, při které se zkoumá složitější rozbor rozkladem na jednodušší, který poté zkoumá do hloubky. Kvalitní strategie analyzuje nejen současný stav, ale především ten budoucí. V práci je použita SWOT analýza, komparace a analýza zákazníků.

SWOT analýza – řadí se mezi základní metody strategické analýzy. Zaobývá se vnějším a vnitřním prostředím podniku, jenž podnik ovlivňují. Zkoumá příležitosti a hrozby na straně vnějších faktorů a silné a slabé stránky jako vnitřní, podnikem ovlivnitelné faktory.

Komparace – obecné srovnání okolních konkurenčních podniků s plánovaným podnikem.

Analýza zákazníků – zohledňuje zákaznický segment, kterým by měl podnik sloužit. Pomocí vhodně zvolených otázek v rámci dotazníkového šetření identifikuje cílové zákazníky a snaží se lépe pochopit jejich potřeby.

## 5 ANALÝZA MOŽNOSTÍ ZALOŽENÍ GASTRONOMICKÉHO PROVOZU V SOULADU S TRVALE UDRŽITELNÝM ROZVOJEM

Dle Českého statistického úřadu v roce 2018 tržby v pohostinství stagnují až klesají. Pokles tržeb je však záležitostí až posledních dvou let, v předešlém období hostinští hlásili růst tržeb. Mezi hlavní příčiny lze zařadit nařízení zavedení elektronické evidence tržeb od 1.12.2016 nebo zákaz kouření v restauracích od května 2017. Nicméně jako opravdový problém vidí majitelé restaurací v poslední době hlavně nedostatek personálu spojený s velmi vysokou zaměstnaností v ČR (v listopadu 2018 2,8% nezaměstnaných, což z České republiky činí zemi s nejnižší nezaměstnaností v Evropské unii) a také zvyšující se náklady na vstupní suroviny a tlak na rostoucí mzdy. Dalším problémem je všeobecně nízká marže v pohostinství.

Založení restauračního provozu je spojeno s relativně nízkými vstupními náklady a patří tak do odvětví, které roste velmi rychle. Za rok 2017 (data za rok 2018 nejsou k dispozici) na území ČR vzniklo 3 783 podniků, což činí zhruba desetinu z celkového počtu. Na druhou stranu je zde celkem vysoké procento uzavření provozů. Celkový počet uzavřených provozů se tak rovná počtu nově otevřených provozoven. (18)

Otevření ekologicky šetrného podniku je spojeno s vyššími vstupními náklady než je tomu u klasického provozu. Nicméně lidé si stále neuvědomují jak planetu postupně devastují svým chováním a rozhodnutí snížit svůj ekologický dopad na co nejmenší se jeví jako správná cesta k udržitelnému rozvoji.

O mezinárodně uznávané označení Ekohotel zavedené Evropskou unií může požádat jakýkoli restaurační či ubytovací provoz. Musí však splnit 40 podmínek a nějaké další dobrovolné. Označení Ekohotel znamená povinnost snížit svůj dopad na životní prostředí na minimum právě díky respektování určených podmínek.

Svatojakubský dvůr se pokusí splnit veškerá kritéria pro získání následujícími způsoby:

- Využití dešťové vody k zavlažování, úklidu a na toaletách,
- využití vlastní filtrované pitné vody,
- zbudování solárních panelů na střeše a s tím spojené využívání energie z obnovitelných zdrojů (alespoň z 22%),
- instalace automatických spínačů osvětlení prostor,

- maximální snaha o třídění odpadu a zbudování malé kompostárny na pozemku určené pro biologický odpad,
- snaha nakupovat od regionálních a ekologických farmářů
- snížení spotřeby energie na minimum,
- snížení průtoku vody v kohoutcích,
- omezení plýtvání mýdla a saponátů pomocí dávkovačů,
- omezení nákupů jednorázových výrobků,
- nahrazení plastových výrobků papírovými (brčka, kelímky),
- vyřazené textilie nebo nábytek darovat charitě,
- a v neposlední řadě darovat nespotřebované jídlo do potravinové banky.

## 5.1 Okolí firmy

V následující části práce je třeba se věnovat našemu okolí, jenž podnik ovlivňuje. V blízkosti restaurace se nachází celá řada atraktivit pro individuální, ale i organizovanou turistiku, avšak obec Hluboké postrádá jakoukoli možnost ubytování a stravování. Ve třech sousedních vesnicích Jinošově, Újezdu u Rosic a Krokočíně se sice nachází hospody, ani jedna však nenabízí jakoukoli možnost stravování. Lze tedy očekávat, že pro okolní turisty a výletníky by byla kvalitní restaurace s možností ubytování vítanou novinkou.

### 5.1.1 Konkurence

Před vstupem nového podniku na trh je důležité zanalyzovat okolí a podniky, jenž by mohly být jistou konkurencí a obeznámit se s jejich provozem a určit si pak výhody a nevýhody připravovaného podniku a umět se připravit na možná záložní řešení.

Konkurenty Svatojakubského dvora jdou rozdělit do dvou skupin. Jedná se o blízké podniky, jenž představují konkurenci v rámci pravidelných návštěvníků z blízkého okolí přicházející za jídlem či pouze za pivem. Do stejné kategorie je řazena i konkurence u výletníků a cyklistů hledajících drobné občerstvení při jejich výletech. Stávající konkurenci skupiny tvoří podnik s názvem „Hospůdka na návsi“ v Újezdu u Rosic, „Hospůdka u Karly“ v Krokočíně a „Stanovská hospůdka“ ve Stanovištích. Všechny tři konkurenční podniky se nacházejí v okolních vesnicích, nicméně jejich nabídka je omezena pouze na pivo, limo a drobné občerstvení v podobě smažených brambůrek či utopence. To se ovšem nedá říct o restauraci „U Kryštofů“ v Jinošově a penzionu a restauraci „Jízdárna“ v nedalekých Otradících. V obou

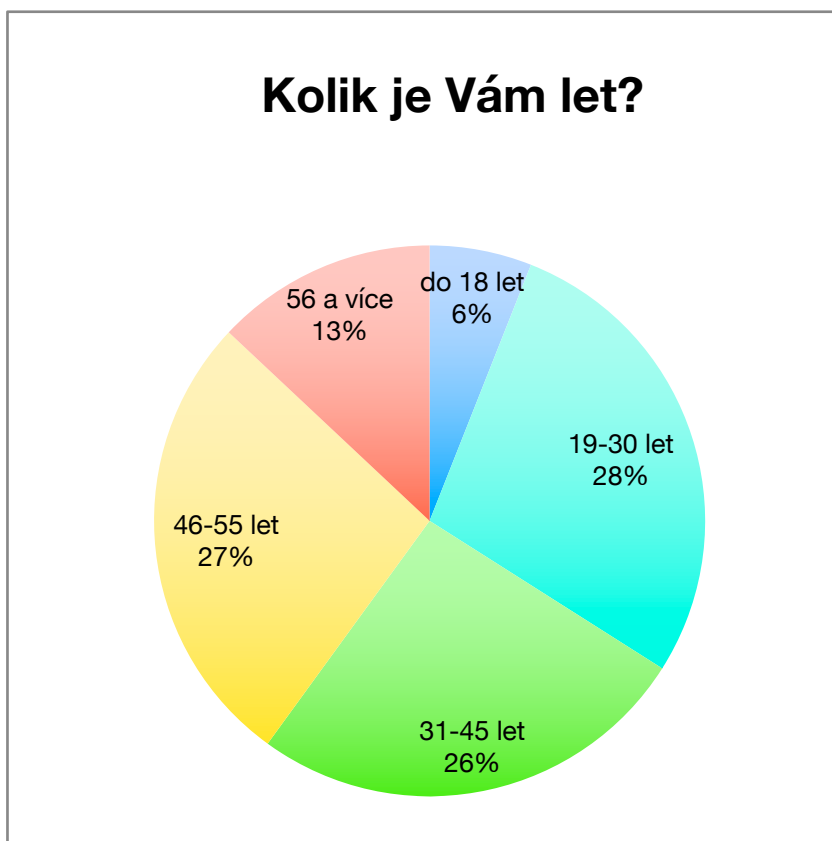
případech zde návštěvníci mají možnost teplé kuchyně i ubytování. Restaurace v Jinošově má však pouze omezený víkendový provoz a tak ve všední dny nepředstavuje žádnou konkurenci.

Do druhé konkurenční řadíme podniky vhodné pro pořádání společenských akcí a hlavně svateb. Takové podniky znamenají konkurenci i v případě delších vzdáleností, protože hosté jsou ochotni za vhodným místem kvůli svatbě cestovat. Mezi takové podniky lze zařadit „Mohelenský dvůr“ v obci Mohelno, restauraci s penzionem „Na statku“ v Náměšti nad Oslavou, restauraci a hotel „U Raušů“ ve Velké Bíteši, „Akciový pivovar Dalešice“ v Dalešicích, hotel „Zámek Valeč“ ve stejnojmenné vesnici, „Hornický dům“ ve Zbýšově u Brna nebo restauraci a hotel „Harmonie“ v Zastávce u Brna. Podniků, které představují konkurenci je celá řada, neboť je třeba hledat i ve větších vzdálenostech. Každý z podniků má své výhody i nevýhody, svá pro a proti, nicméně se dá věřit tomu, že starousedlé prostředí Svatojakubského dvoru spojené s kvalitní nabídkou občerstvení a ubytování si dokáže najít své zákazníky.

### **5.1.2 Analýza zákazníků**

Je očekáváno, že nejpočetnější skupinou návštěvníků restaurace budou lidé z obce Hluboké a okolních vesnic, ale i z nedalekých měst. V letním období se v okolí čteně vyskytují cyklisté a chataři, leckdy i z větších vzdáleností, jedná se hlavně o rodiny s dětmi. Pro nejlepší pochopení a analyzování zákazníků bylo využito dotazníkové šetření (viz příloha č. 3). Dotazník byl vytvořen za účelem identifikovat potencionální zákazníky a zjistit jejich potřeby a preference. Dotazník se skládá z 8 otázek a obsahuje základní, avšak pro podnik věcné a důležité otázky. Získané odpovědi a informace podniku pomohou lépe pochopit potřeby zákazníků a jejich zohlednění pomůže lépe uspokojit potřeby návštěvníků. Dotazování probíhalo v letních měsících roku 2018 v obci Hluboké, Náměšť nad Oslavou, Zbraslav u Brna, Velká Bíteš a Jinošov. Dotázáno bylo celkem 100 osob, z toho 54 žen a 46 mužů.

Graf č. 1: Věk dotazovaných

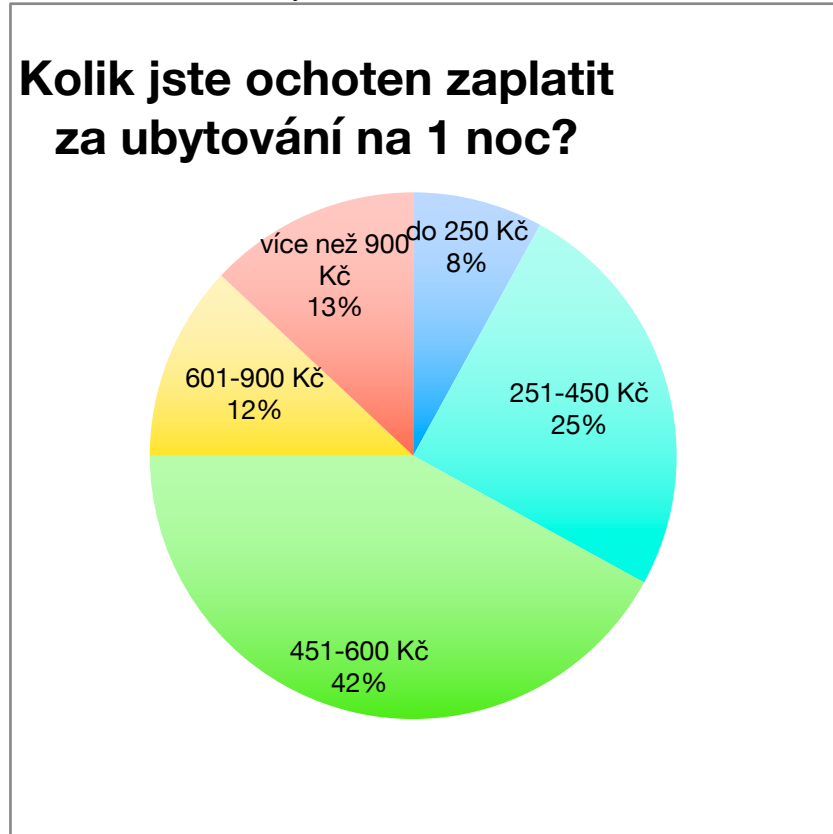


Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu vyplývá v celku rovnoměrné rozložení tázaných věkových skupin.



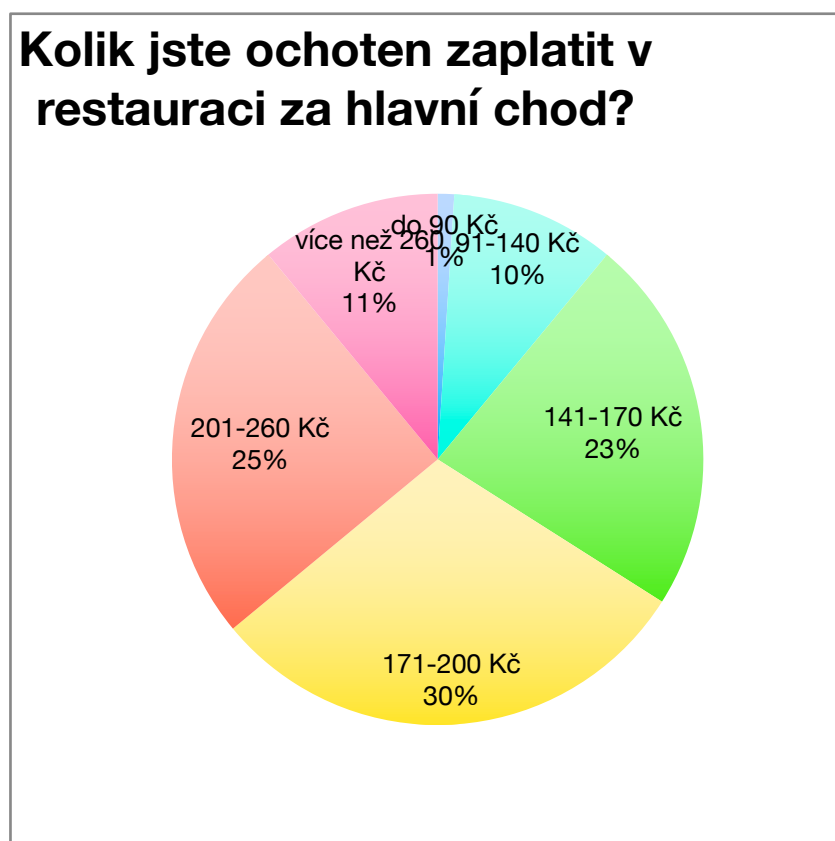
Graf č. 2: ochota útraty za nocleh



Zdroj: Vlastní zpracování

Cena, jenž je plánována za ubytování ve Svatojakubském dvoře odpovídá ochotě většiny dotazovaných, což je dobrá zpráva a nachází se zde potenciál oslovit početnou skupinu lidí. Zároveň si lze všimnout, že čtvrtině dotázaných by nevadilo za ubytování vynaložit 600 a více korun. Odpověď zvolilo 65% mužů a 57% lidí starších 46-ti let.

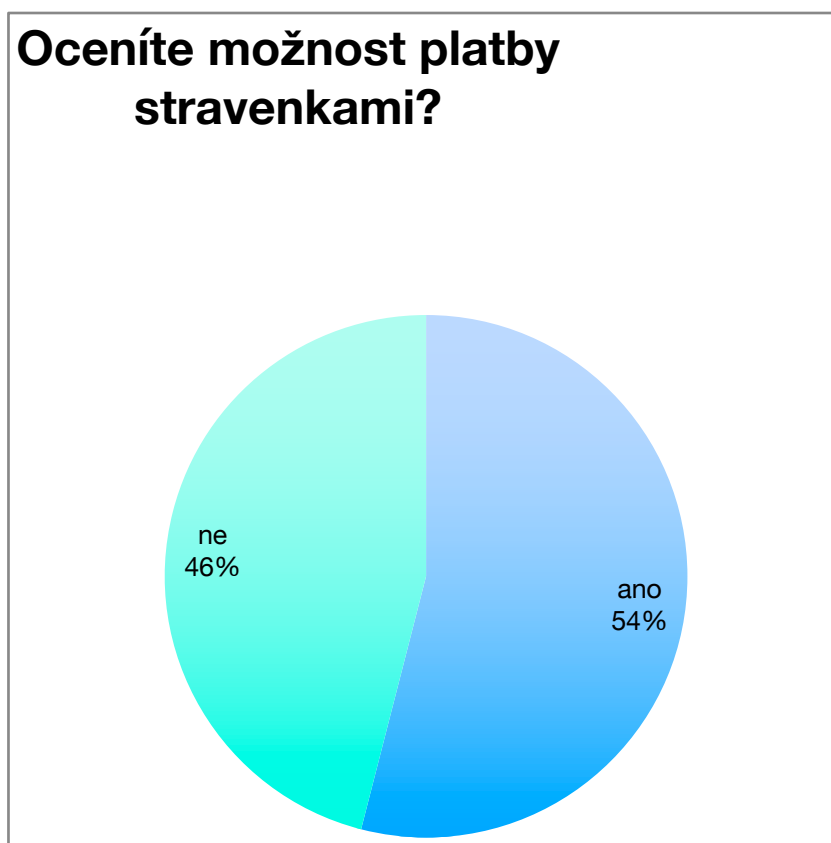
Graf č. 3: ochota útraty za hlavní chod



Zdroj: Vlastní zpracování

Drtivá většina respondentů je ochotna za hlavní chod utratit více než 140 korun. To lze považovat za velice překvapující fakt s přihlédnutím na ceny v okolních podnicích. Vyšší částku volili spíše starší lidé a převládali muži nad ženami. S ohledem na druh použitých surovin lze očekávat, že bude možné nastavit ceny vyšší a nemuset tak tlačit cenu dolů použitím levnějších surovin.

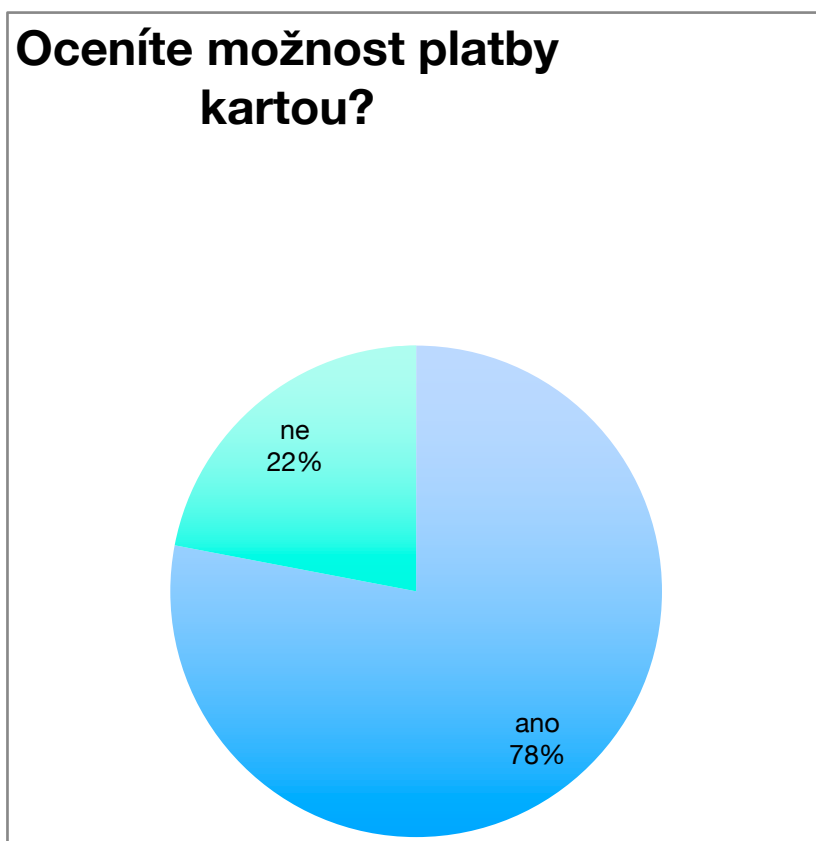
Graf č. 4: využití možnosti platby stravenkami



Zdroj: Vlastní zpracování

Z výše uvedených grafů vyplývá, že 54% lidí (56% žen) by ocenilo možnost platby stravenkami. Daná skutečnost se však nezdá až tak zajímavá a hlavně efektivní, neboť je s ní spojena nutnost platit určitá procenta zprostředkující společnosti.

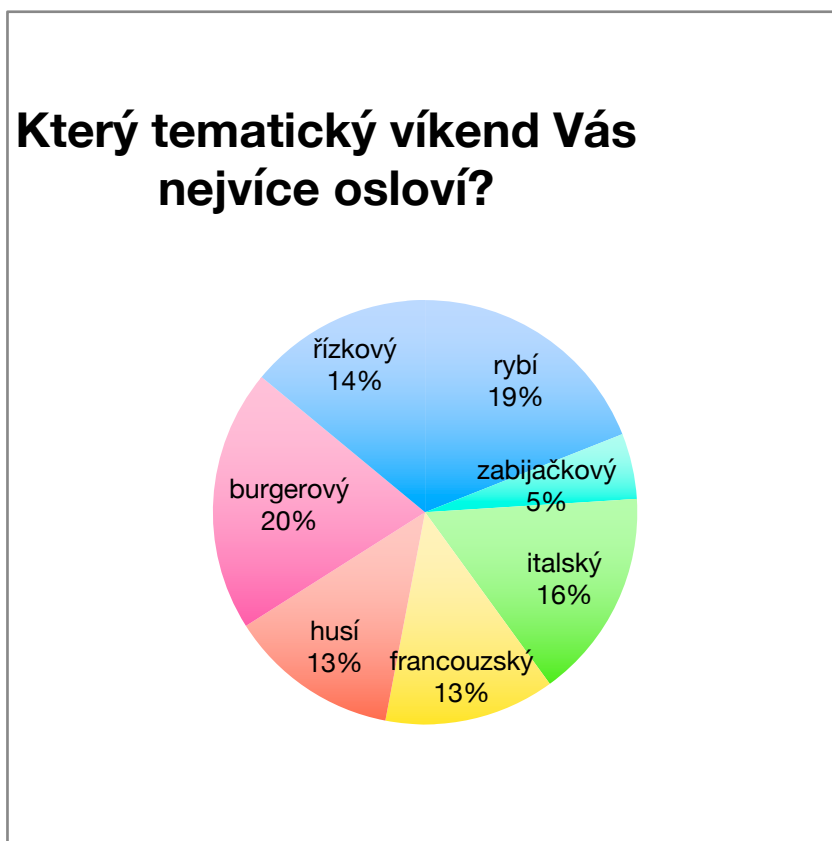
Graf č. 5: využití možnosti platby kartou



Zdroj: vlastní zpracování

Platbu kartou by ocenily více než tři čtvrtiny dotázaných (66% lidí mladších 46 let) a z toho vyplývá téměř „povinnost“ platbu kartou akceptovat. Navíc lze očekávat, že bezhotovostní platební styk bude nabývat na popularitě, což nutnost umožnit tyto platby ještě umocňuje. Muži i ženy odpovídali velmi podobně.

Graf č. 6: volba tematického víkendu



Zdroj: vlastní zpracování

Thematic weekends are planned for the winter off-season period and the goal will be to attract new customers. It can be expected that there will be interest in each of the weekends.

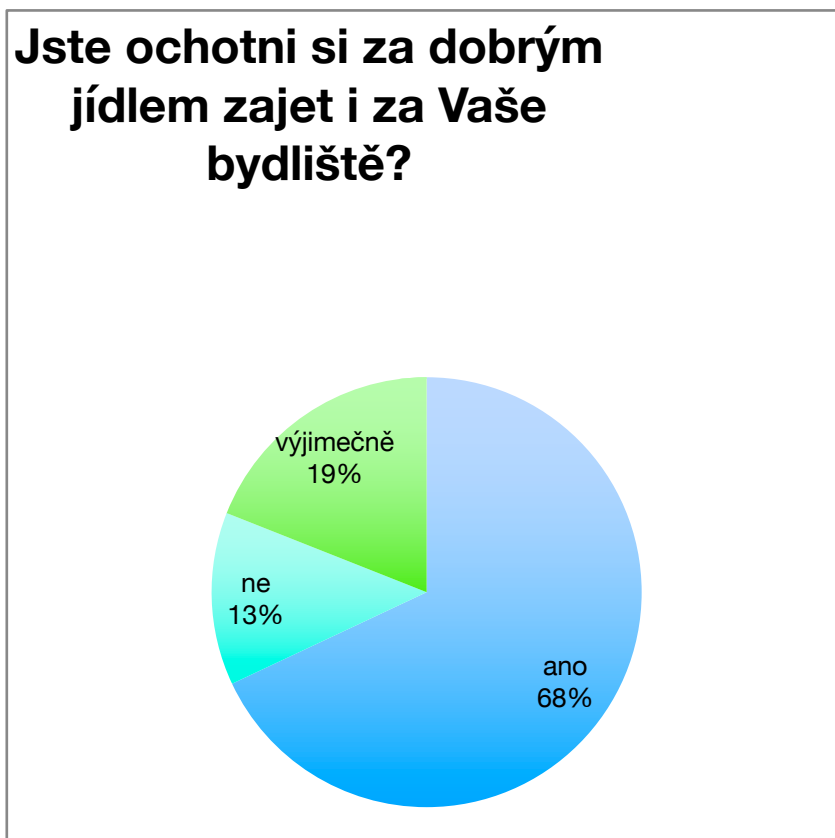
Graf č. 7: ochota připlácet za ekologický a regionální produkt



Zdroj: vlastní zpracování

Z uvedené otázky zabývající se ochotou připlatit si za jídlo či službu s vědomím, že podpoří svůj region a v případě ekologie, buď podpoří nebo alespoň nezatíží životní prostředí lze vydedukovat, že je více než polovina lidí ochotna přistoupit k vyšší ceně. Procento lidí není ale nikterak závratné a lze pouze odhadovat jak velké procento lidí by vážně raději zaplatilo více než je nutno. Mezi dotazovanými kladně odpovědělo 67% lidí mladších 45 let a ochotnější si připlatit byly ženy (57%). Lze předpokládat, že podnik budou vyhledávat hlavně mladší lidé se zájmem o ekologii. I přes relativně nízké procento lidí ochotných si za ekologický produkt připlatit, bude Svatojakubský dvůr orientován na udržitelný rozvoj.

Graf č. 8: ochota dojíždění do restaurací



Zdroj: vlastní zpracování

Poslední otázka se zajímá o ochotu dopravit se za dobrým jídlem na větší vzdálenost. Z odpovědí vyplývá vysoké procento lidí, jimž nevádí si zajet. Jelikož se náš podnik nachází na vesnici je tohle zjištění velice přívětivé. Kladná odpověď byla opět zvolena spíše mladšími lidmi ve stejném poměru pohlaví.

### 5.1.3 SWOT analýza

SWOT analýza odhaluje a porovnává silné a slabé stránky ve vnitřním prostředí podniku a zároveň příležitosti a hrozby ve vnějším prostředí podniku. Jedná se o jednu z nejdůležitějších analýz, které by měly být před otevřením jakéhokoli podniku provedena zohledněny. Vnitřní faktory může podnikatel ovlivnit, vnější však nikoli. Výstupem SWOT analýzy je plán, který radí jak se chovat a na které faktory se zaměřit.

Tabulka č. 1: SWOT analýza Svatojakubský dvůr

SILNÉ STRÁNKY-STRENGTHS		SLABÉ STRÁNKY-WEAKNESSES	
- příjemné prostředí	5	- nefrekventovaná silnice	3
- originalita produktů	4	- malá vesnice	3
- velká kapacita	4	- vysoká sezónnost	4
- atraktivita okolí	4	- nezkušenost podnikatele	4
- blízkost dálnice D1	2	- chybí vlastní parkoviště	1
- možnost ubytování	3	- absence kapacitního sálu	2
<b>CELKEM</b>	<b>22</b>	<b>CELKEM</b>	<b>17</b>
PŘÍLEŽITOSTI-OPPORTUNITIES		HROZBY-THREATS	
- pořádání akcí	5	- nová konkurence	4
- zisk klientely	4	- nízký zisk	5
- nová pracovní místa	3	- nepřízeň počasí	3
- nové technologie	3	- rostoucí mzdy	3
- regionální produkty	4	- nízká nezaměstnanost	2
- využití solární energie	4	- stávající konkurence	4
<b>CELKEM</b>	<b>20</b>	<b>CELKEM</b>	<b>21</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Jednotlivé aspekty byly ohodnoceny na stupnici 1 až 5, přičemž 5 udává nejvyšší prioritu a 1 nejmenší důležitost.

### Vyhodnocení SWOT analýzy

Silné stránky – slabé stránky = 22 – 17 = 5

Příležitosti – hrozby = 20 – 21 = - 1

Tabulka č. 2: Vyhodnocení SWOT analýzy

	SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
PŘÍLEŽITOSTI	<b>Strategie SO</b> Strategie ofenzivně rozvojová	<b>Strategie WO</b> Strategie spojení



HROZBY	<b>Strategie ST</b> Strategie defenzivně obranná	<b>Strategie SW</b> Strategie deinvestičně útlumová
--------	---	---

Zdroj: Vlastní zpracování

Z vypočítaných hodnot vyplývá jako nejvhodnější strategie defenzivně obranná, tzv. MAXI-MINI. Majitel by měl využívat svých silných stránek k eliminaci hrozeb. Nicméně z vyhodnocených informací je zřejmé, že rozdíl mezi strategií defenzivně obrannou a ofenzivně rozvojovou je opravdu nepatrný, neměl by tedy být těžký nebo snad nedosažitelný přesun do strategie ofenzivně rozvojové. (19)

## 6 EKOLOGICKY ŠETRNÝ KONCEPT PODNIKU SVATOJAKUBSKÝ DVŮR

Založení ekologicky šetrného podniku je spojeno s vyššími náklady na provoz. Porovnat výhody a nevýhody na ekologicky šetrný provoz oproti provozu běžnému lze následovně:

### NEGATIVA

- Vysoké počáteční jednorázové náklady (zbudování solárních panelů, opatření zásobníku dešťové vody, koupě filtru vody, náklady na automatické spínání světel),
- v mnohých případech vyšší provozní náklady (jednorázové ekologické produkty bývají obvykle dražší než ty plastové, zvýšené náklady spojené se šetrným nakládáním s odpady, nákupy potravin v ekofarmách bývají obvykle nákladnější, náklady na darování nespotřebovaného jídla do potravinové banky).

### POZITIVA

- Možnost zisku ceněného označení „Ekopodnik“,
- snížení negativního dopadu na životní prostředí na minimum,
- snížení spotřeby elektrické energie,
- peněžní výnosy z provozu solárních panelů (minimalizování měsíčních nákladů – více energie je spotřebováno než vyrobeno, protože i ekologicky šetrný podnik spotřebuje relativně dost energie),
- snížení nákladů na nákup mýdel, pracích prášků,
- snížení nákladů za vodné a stočné,
- originalita v rámci našeho regionu a s tím spojená očekávaná vyšší návštěvnost přinejmenším u lidí, kterým není naše planeta lhostejná.

### 6.1 Ekologické produkty podniku

Označení „Ekohotel“ s sebou přináší celou řadu produktů a služeb v „ekokvalitě“ jenž bude ekologicky šetrný podnik Svatojakubský dvůr nabízet.

#### 6.1.1 Pokrmy a nápoje

Jídelní lístek je 4krát do roku obměňován a jídla jsou vždy připravována ze sezonních surovin a potraviny nakupovány v biokvalitě u regionálních farmářů (biofarma Dora z Jaroměřic nad Rokytnou, biofarma Jaroslav Mach z Osové Bitýšky nebo biofarma Jižanský dvorek z Brna).

Nákupem u „místních“ je podpořena regionální ekonomika, což je plně v souladu s udržitelným rozvojem. Nabídka je bohatá na zeleninu, ovoce a místní plodiny jako kukuřice nebo brambory. V jídelním lístku nechybí nabídka menší a větší porce doplněná o porci dětskou. Cílem tohoto kroku je omezení plýtvání jídlem na minimum, kdy si menší jedlík může zvolit menší porci, kterou zkonsumuje celou a jídlo se pak nemusí zbytečně vyhazovat. Při servírování je omezeno využívání jednorázových ubrousků na minimum a pokrmy s sebou se vždy balí do papírových menu boxů. Nespotřebované potraviny se pak pravidelně odváží do potravinové banky.

Klasický nápojový lístek je doplněný o širokou škálu fresh džusů, kdy se ekologicky rozložitelný odpad z ovoce spolu se zbytkovou kávou denně ukládá na kompost. Plastová brčka jsou nahrazena papírovými. Klasickou vodu ve skleněných či dokonce plastových lahvích nahrazuje vlastní filtrovaná pitná voda.

### **6.1.2 Ekologické ubytování**

Ubytování ve Svatojakubském dvoře je spojeno s minimálním ekologickým dopadem. Toho je docíleno využíváním filtrované dešťové vody tam, kde je to umožněno (záchod, sprcha). Průtok vody je navíc snížen na minimum a spotřeba vody je tak minimální. V každém pokoji je pak umístěn termostat, kdy si každý z hostů může teplotu vytápění určit sám a nemusí pak docházet k topení a větrání zároveň. V každém pokoji tak i jako na WC v restauraci se nachází dávkovače mýdla a jeho spotřeba se tak omezuje. Pokud není vyžádáno jinak, ložní i jiné prádlo se pere pouze každé tři dny a to vždy na úsporný režim při použití ekologicky šetrných pracích prostředků.

### **6.1.3 Nakládání s odpady**

Provoz pohostinství je spojen s velkou produkcí odpadů. Nejlepší cestou je co největší omezování jejich produkce. S vyprodukovanými odpady je na místě šetrně zacházet a důkladně recyklovat. Odpady třídíme na papír, plast, čiré sklo, barevné sklo, směsný odpad, bioodpad (využití vlastního kompostu pro rozložení organických látek), dále na elektroodpad a textilní odpad. Posledně zmíněný kontejner bude vždy využíván při vyřazování jakýchkoli textilií. Starý nevyužívaný nábytek se věnuje na charitu a elektro odpad se odveze na sběrný dvůr, kde bude ekologicky zlikvidován. Samozřejmostí je využívání tzv. lapačů tuků, který dle potřeby ekologicky zpracuje specializovaná firma.

V souladu s trvale udržitelným rozvojem je snaha o co nejkratší distribuční cesty, tzn. veškeré dodávky potřebného zboží budou probíhat z co nejbližšího okolí a nebude tak podporována životní prostředí znečišťující silniční doprava. Šetrné a ekologické nakládání s odpady je určitý proces nad rámec normálního provozu, nicméně je jedním z hlavních úkonů pro zanechání co nejmenší ekologické stopy. Má to smysl!

## 7 ZALOŽENÍ PODNIKU SVATOJAKUBSKÝ DVŮR

Na základě podnikatelského záměru má v budoucnu vzniknout ekologicky zaměřený stravovací a ubytovací podnik v obci Hluboké spadající do správního obvodu obce s rozšířenou působností Náměšť nad Oslavou v kraji Vysočina s názvem Svatojakubský dvůr. V rozsáhlém, již existujícím areálu po nutném přestavení a zrekonstruování určitých prostor vznikne stravovací podnik zaměřený na českou, a zároveň moderní kuchyni o kapacitě 50 míst k sezení, salonku o kapacitě 55 míst a letní zahrádkou o kapacitě dalších 50 míst. Celý areál bude rekonstruován při respektování historie a venkovských hodnot a zároveň i principů trvale udržitelného rozvoje. Součástí areálu bude také ubytovací zařízení v patře nad restaurací s kapacitou 40 lůžek. Podnik bude provozován na základě živnostenského oprávnění, které bude obdrženo na základě splněných podmínek.

### 7.1 Popis podniku

Obrázek č. 1: logo Svatojakubský dvůr



Zdroj: Svatojakubský dvůr

Budoucí podnik s názvem Svatojakubský dvůr se nachází v obci Hluboké na Třebíčsku nedaleko exitu 162 dálnice D1. Nachází se ve zrekonstruovaném areálu bývalého statku se zachováním a respektováním původního vzhledu. Hluboké je malá obec s 200 stálými obyvateli ležící na nevýznamném silničním tahu č. 3956 z obce Jinošov do Zbraslavi. Podnik se bude zaměřovat na českou kuchyni zapadající do historického objektu, ve kterém se bude nacházet.

Nebude se však jednat pouze o těžká tučná jídla, jenž mají mnozí spojené s českou kuchyní. Podnik se bude snažit klasická jídla pojmout odlehčeným způsobem při využívání moderních metod úpravy jídel a zároveň příležitostně nabízet současné trendy gastronomie zahraniční kuchyně.

Z důvodu neatraktivního umístění podniku nelze očekávat dostatečný příliv návštěvníků žijících v okolí nebo cestujících okolo. Podnik se tedy bude orientovat na pořádání různých firemních akcí, k nimž bude disponovat potřebným vybavením a zázemím. Dále oslavy narozenin, ale hlavně pořádání svatebních obřadů a hostin. Lze předpokládat vysoký zájem o pořádání svatebních hostin z důvodu vhodného a hezkého prostředí. Mimosezónně se počítá s víkendovými akcemi, kde bude každý víkend jinak tematicky zaměřený.

Z počátku se předpokládá dvousměnný provoz se střídáním krátký-dlouhý týden následovně: dlouhý týden: pondělí, úterý, pátek, sobota a neděle, krátký týden: středa, čtvrtek. Každá směna se bude skládat z kuchaře, pomocného kuchaře v kuchyni, hlavního číšníka a pomocného číšníka pro obsluhu restaurace. V letních měsících je počítáno s doplněním o brigádníky dle potřeby. Dalším zaměstnancem bude uklízečka/pokojská a v sezóně pomocník. Zde bude pracovní doba určována dle potřeby, nebude se tedy jednat o dvousměnný provoz. Celkem se počítá s 9 stálými zaměstnanci na hlavní pracovní poměr doplněnými o pomocné síly dne potřeb.

### **7.1.1 Cíle podniku**

Cíle podniku lze chápat jako krátkodobé, střednědobé nebo dlouhodobé. Mezi krátkodobé patří úspěšné otevření podniku a zajištění jeho pracovníků, pozitivní vstup do povědomí veřejnosti a zisk pozitivní zpětné vazby, která postupně přivede nové a nové zákazníky. V krátkodobém horizontu je potřeba zaměřit se na propagaci. Bude probíhat prostřednictvím vývěsných letáků, reklamy v místních novinách, rozhlasových stanicích a také na sociálních sítích. Sociální sítě jsou v dnešní době velice efektivní marketingový nástroj a daná forma propagace bude stěžejní i v delším časovém horizontu. Dalším cílem je oslovení firemní klientely.

Mezi střednědobé cíle patří utužování vztahů se zákazníky včetně firem. Dále upevňování pozice na trhu a zdokonalování služeb. Hlavním cílem je však postupná stabilizace a ekonomický rozvoj.

Dlouhodobým cílem je zvyšování obrátu a zhodnocení podniku.

### 7.1.2 Popis produktů a služeb

Je možné předpokládat, že stravovací služby budou tvořit největší část příjmů podniku, a tak je důležité zaměřit se na nabídku pokrmů a nápojů. Jídla budou hlavně česká, avšak vždy pojata odlehčeně a připravená pomocí moderních trendů. Ve stálé nabídce nemůžou chybět vegetariánská jídla, a to vždy alespoň dvě varianty. Stálých jídel bude v nabídce standardně okolo 10. Dále bude nabízena jedna stálá polévka a jedna dle denní nabídky, alespoň jeden předkrm a tři druhy dezertů. Stálý jídelní lístek bude vždy doplněn o sezónní jídelní lístek, který bude sestávat ze sezónních surovin, a to včetně zahraničních. Jako doplnění v mimo sezóně budou tematické víkendy, čímž je sledován zvýšený zájem hostů v jinak málo exponovaném období. Jako tematické víkendy budou zařazeny např.: Svatomartinské menu, Zabijačkové hody, Rybí víkend, Hamburgerový víkend, Italský víkend.

K nabídce pokrmů naváže nabídka nápojů. Ve stálé nabídce budou alespoň tři druhy čepovaného piva příležitostně doplněné o nějaký pivní speciál, např. pivo typu IPA nebo pšeničné pivo. Vždy bude v nabídce čepovaná a pravidelně obměňovaná limonáda ze Sodovkárny Kolín. Nealkoholický sortiment bude orientován na firmu Coca cola a bude doplněn o celou řadu domácích sezónních limonád. Nabídka bude obsahovat taktéž základní druhy alkoholických nápojů doplněných o celou řadu kvalitních rumů převážně z oblasti Karibiku, jenž je výrobou rumů proslulý. O nabídku stáčených (2 druhy bílé, jedno červené) i lahvových vín uložených ve vinotéce v prostoru restaurace se postará vinařství Habánské sklepy, jenž nabízí víno v požadované kvalitě i cenové relaci. O provoz a servis kávovaru spojený s dodáváním zrnkové kávy a jiných produktů se postará firma Franck Czech s. r. o. distribuující kavářské výrobky Italské značky Carraro. Veškeré nabízené nápoje mimo vína a kávu bude dodávat velkosklad nápojů a potravin Filla s. r. o. z nedalekých Rosic u Brna a to včetně dovozu.

Vzhledem k vysokému potencionálu podniku k pořádání svatebních hostin či jiných skupinových akcí se zaměří také na svatební a rautové menu, jenž bude provedeno ve dvou variantách. První varianta bude klasická, typická pro svatební hostiny v širokém okolí a druhá odlehčenějšího typu. Rautové menu, vyhotovené také ve dvou variantách se bude lišit dle kvantity a druhů pokrmů. Celé menu se bude samozřejmě konzultovat a doplňovat případně vyměňovat o různé ingredience či pokrmy dle požadavků hostů a možností podniku. V případě rautu se množství vždy upraví dle počtu hostů a cena bude sestavena v závislosti na

dohodnutém menu a to vždy za jednu osobu. V takovém případě se rozlišuje dospělá osoba a dítě do 12-ti let s cenou přibližně 70% z plné ceny.

Dalším službou podniku je ubytování. Svatojakubský dvůr disponuje celkem 6 stejnými čtyřlůžkovými pokoji. Cena se bude odvíjet vždy podle obsazenosti pokoje při respektování dětských cen.

Tabulka č. 3: ceník ubytování Svatojakubský dvůr vč. snídaně

<b>CENÍK UBYTOVÁNÍ</b>	<b>Dospělí</b>	<b>Děti do 12 let</b>
<b>1 os. na pokoji</b>	<b>690,-</b>	<b>490,-</b>
<b>2 a více os. na pokoji</b>	<b>590,-</b>	<b>390,-</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Cena za ubytování se odvíjí od obsazenosti pokojů, v případě obsazení pouze jedním hostem je cena logicky vyšší, nicméně při obsazení 2 až 4 hosty je cena stabilní. Cena se udává vždy na každou osobu zvlášť, nikoli na pokoj, jak je tomu zvykem v mnoha ubytovacích zařízeních.

## **7.2 Marketingový mix**

Marketingový mix (4P) představuje souhrn marketingových nástrojů firmy v němž popisuje produkt (product), místo (place), propagaci (promotion) a cenu (price). Před začátkem provozu je nutné učinit takové kroky, které pomohou budoucímu podniku zvýšit zájem zákazníků. Je tedy důležité nepodcenit přípravu vstupu na trh pomocí marketingového mixu.

### **7.2.1 Produkt (product)**

Jak již bylo zmíněno výše, hlavním produktem Svatojakubského dvora bude pohostinská činnost a sní spojená stálá nabídka pokrmů doplněná o široký sortiment alkoholických i nealkoholických nápojů včetně kávy. Stálá nabídka bude doplněná o tematické víkendové akce pro zvýšení zájmu hostů v méně exponovaných obdobích. Dalším, neméně důležitým produktem bude pořádání společenských akcí, narozenin, školení, teambuildingů a hlavně svatebních hostin doplněných o nabídku ubytování v 6-ti čtyřlůžkových pokojích. Svatojakubský dvůr je schopen zajistit téměř vše se svatbami spojené, a to svatební obřad,



hostinu, odpolední občerstvení, taneční prostor i ubytování. Veškeré služby podniku budou nabízeny a provozovány při respektu k životnímu prostředí při jeho minimálním zatěžování.

### **7.2.2 Cena (price)**

Stanovení cenové politiky správným způsobem hraje velmi důležitou roli při rozhodování zákazníků o koupi produktů či využití nabízených služeb. Vzhledem k nízké konkurenci na poli veřejného stravování si podnik může dovolit nastavit ceny o něco vyšší než v okolních vesnických hospodách. Nicméně přímí konkurenti na poli pořádání svateb alespoň zpočátku nedovolí ceny utvářet podle představ majitele, ale spíše nastavením cen v podobných hladinách jako u konkurentů. Ceny se po určité době provozu při zavedení podniku a vytížení podle původních představ mohou stanovit o něco vyšší.

### **7.2.3 Propagace (promotion)**

Propagace je velmi důležitým marketingovým nástrojem na zviditelnění a nalákání zákazníků zejména v začátcích každého podniku. Jako hlavní propagační nástroj budou využívány sociální sítě v podobě facebooku a instagramu, neboť se v dnešní době těší velké oblibě a v případě založení účtu jsou zdarma. Dále nabízejí možnost placené reklamy, kterou však zatím není v plánu využívat. Dalším propagačním nástrojem budou placené reklamy v okolních zpravodajích (např. Náměšťské listy nebo zpravodaj Bítešsko). V případě místních zpravodajů se cena za reklamu pohybuje do 2000 korun. Ani zde se tak nebude jednat o nákladnou propagaci. Účastí na každoročním svatebním veletrhu na zámku v blízké Náměšti nad Oslavou a svatebním veletrhu v Brně se očekává zajištění celé řady svatebních oslav. Dalším propagačním nástrojem bude tzv. mailing, při kterém budou rozeslány emaily s nabídkou pořádání firemních večírků nebo školení firmy působící v okolí 20 km. Mezi takové lze zařadit: ITW Pronovia s. r. o., AG foods group a. s., Outulný a. s. nebo 3P, spol s. r. o., ale i celou řadu menších podniků.

### **7.2.4 Místo (place)**

Umístění podniku v malé vesnici Hluboké na nefrekventovaném silničním tahu představuje pro Svatojakubský dvůr největší nevýhodu. Podnik tedy musí využít okolních přírodních krás, cyklistických tras a blízké dálnici D1 a využít příležitostí ve svůj prospěch. Prodej daných služeb (ubytování, stravování) bude probíhat napřímo zákazníkům prostřednictvím obsluhy.

## 7.3 Finanční plan

Při zakládání každého podniku je velice důležité stanovení přesného množství finančních prostředků, jenž bude potřeba do podniku vložit. Jejich návratnost však není nikdy předem jistá. Podnikání s sebou nese risk a je tedy nutné vždy zvážit i nepříznivé situace, jenž mohou nastat. Hlavním účelem finančního plánování je prověření, zda je možné a reálné očekávat ziskovost.

### 7.3.1 Výdaje

Výdaje se dělí mezi počáteční jednorázové výdaje spojené s zřízením a otevřením provozu, dále výdaje provozní, výdaje na mzdy zaměstnancům a výdaje na suroviny.

#### Jednorázové počáteční výdaje

Prostory Svatojakubského dvora byly zbudovány za účelem jenž mají v budoucnu plnit, tedy pohostinské činnosti. Odpadá tak nutnost jakkoli objekt opravovat či rekonstruovat. Nicméně objekt postrádá většinu vybavení nutného pro provoz restaurace a bude tedy potřeba prostory patričně vybavit. S ekologicky smýšleným provozem se však pojí určité počáteční výdaje nad rámec normálního provozu, je tedy třeba s daným faktem počítat. Majitel disponuje naspořenou hotovostí ve výši 900 000,- a je ochoten sumu do podnikání vložit. Zbylé potřebné finanční prostředky zajistí bankovní úvěr.

Tabulka č. 4: Jednorázové počáteční výdaje

POLOŽKA	CENA
Vybavení kuchyně: konvektomat, gril, ohřívací vana, umyvadla, odsávací zařízení, pracovní desky, lednice, mrazák, myčka nádobí, drobné vybavení kuchyně	390 000,-
Vybavení baru: lednice, myčka, dřezy, kávovar, výrobek ledu, podkladní systém, výčepní zařízení, drobné vybavení	220 000,-
Vybavení odbytového střediska: židle, stoly, slunečníky, televizor, hudební produkce, wifi router	75 000,-
Drobné vybavení restaurace: talíře, příbory, skleničky, výzdoba, prostírání stolů, ubrousky, solničky aj.	19 000,-

Vybavení penzionu: postele, ložní prádlo, televizory, skříně, nábytek, pračka, žehlička aj.	250 000,-
3 měsíční kauce - nájemné	90 000,-
Solární panely, filtry na vodu aj. v rámci TUR	330 000,-
Vstupní materiál - suroviny	65 000,-
<b>CELKEM</b>	<b><u>1 439 000,-</u></b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky vychází výše počátečních jednorázových výdajů před samotným otevřením provozu. Jak již bylo výše zmíněno, majitel disponuje částkou 900 000,- Kč, která mu však nebude stačit, zde je na místě vstup cizího kapitálu, tedy podnikatelského úvěru. Po pečlivém prozkoumání možností úvěrů vychází nejlépe úvěr od Equa bank na 600 000,- s nastaveným splácením po dobu tří let s fixací jednoho roku při úroku 9,2% p. a. Měsíční splátka bude činit 19 135 Kč. V případě ziskovosti podniku je zde možnost úvěr splatit v kratším horizontu, nejdříve však po jednom roce.

### **Provozní výdaje**

Do provozních výdajů zahrnujeme všechny náklady opakující se každý měsíc spojené se zajištěním správného chodu podniku. Mezi výdaje patří především platba nájemného, pravidelný nákup surovin, úhrada spotřebované energie a výdaje na zaměstnance.

Tabulka č. 5: měsíční výdaje na zaměstnance

PRACOVNÍK	ČISTÁ MZDA	HRUBÁ MZDA	SUPERHRUBÁ MZDA
Šéfkuchař	26 118,-	35 000,-	46 900,-
Kuchař	22 740,-	30 000,-	40 200,-
Obsluha 1	19 975,-	26 000,-	34 840,-
Obsluha 2	17 225,-	22 000,-	29 480,-
Uklízečka/pokojská	14 460,-	18 000,-	24 120,-
Brigádníci na DPP	4600,-		
<b>CELKEM</b>	<b>100 518,-</b>	<b>131 000,-</b>	<b><u>180 140,-</u></b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky vychází průměrné měsíční náklady na zaměstnance. Brigádníci budou pracovat na základě dohody o provedení práce a takových brigádníků by mělo být osloveno větší množství (2 v zimní sezoně a 4 v letní). Náklady jsou vypočítány s ohledem na průměrné odpracování 8 desetihodinových směn měsíčně, jedná se o variabilní náklad.

Tabulka č. 6: provozní měsíční výdaje

POLOŽKA	CENA
Energie	6 000,-
Poplatek za zpracování odpadů	650,-
Internet, pevná linka	850,-
Poplatek za rádio a TV	220,-
Náklady na vstupní suroviny	45 000,-
Náklady na zaměstnance	180 140,-
Nájem	30 000,-
Splátka úvěru	19 135,-
<b>CELKEM</b>	<b><u>281 995,-</u></b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky vychází průměrné měsíční náklady na provoz podniku. Některé náklady jsou neměnné, jiné se však mohou lišit měsíc od měsíce. V nákladech za energii se pozitivně promítají opatření pro omezování spotřeby elektrické energie a částečný zisk energií z provozovaných solárních panelů v rámci šetření životního prostředí.

Tabulka č. 7: minimální denní potřebná tržba pro přežití podniku

Průměrné měsíční výdaje	=	281 995,-	=	<b>9 399 Kč</b>
30 dní v měsíci		30		

Zdroj: Vlastní zpracování

Z vypracované tabulky vyplývá, že průměrná minimální denní tržba by měla být vyšší než 9 294,-. V opačném případě by podnik upadl do ztráty. Dají se však očekávat velké výkyvy výše tržeb v jednotlivých dnech.

### 7.3.2 Příjmy

Hlavním zdrojem příjmů podniku budou tržby za prodaná jídla a nápoje, poskytnutá ubytování a zajištění společenských akcí a svateb. Vypočítat příjmy však nelze a nezbyvá než kalkulovat z předpokládaných provozních výkonů. Pro lepší sestavení očekávaných příjmů došlo ke kalkulaci pesimistického a optimistického odhadu průměrných tržeb.

Tabulka č. 8: pesimistický odhad tržby

POLOŽKA	ODHAD
Průměrný počet zákazníků za den	40
Průměrná útrata na jednoho zákazníka	130,-
Počet akcí za měsíc	1
Průměrná útrata na jednu akci	20 000,-
Průměrné vytížení penzionu	10% (bez snídaně)
<b>MĚSÍČNÍ TRŽBA</b>	<b>212 000,-</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Výše uvedená tabulka se zabývá pesimistickým výhledem na měsíční tržby. Vychází z faktu měsíce o 30 dnech. Je potřeba zohlednit velké výkyvy tržeb v jednotlivých dnech v týdnu, kdy je o víkendu tržba očekávána i 4 krát vyšší než v pracovním dni. Jelikož se podnik bude zaměřovat na pořádání akcí, je nutné s nimi počítat i v plánovaných výdajích/příjmech. S každou akcí se pojí nutnost zajistit větší množství surovin a zajištění provozu pomocnými silami. Přínos z takových akcí může být však veliký, jakožto i rozpětí plánovaných útrat může být veliké. Z pesimistického pohledu měsíčních příjmů po odečtení průměrných nákladů vyplývá měsíční ztráta 66 806 Kč. Ztrátě v dané výši by podnik byl schopen čelit pouze krátkodobě, a to krytím z vlastních zdrojů.

Tabulka č. 9: optimistický odhad tržby

POLOŽKA	ODHAD
Průměrný počet zákazníků na den	100
Průměrná útrata na jednoho zákazníka	210,-
Počet akcí za měsíc	6
Průměrná útrata na jednu akci	35 000,-
Průměrné vytižení penzionu	60% (se snídaní)
<b>MĚSÍČNÍ TRŽBA</b>	<b>1 094 880,-</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Druhá tabulka se věnuje optimistickému odhadu měsíčních tržeb. Vychází z faktu měsíce o 30 dnech. Opět je potřeba přihlídnout na rozdílnou vytíženost podniku jednotlivých dní v týdnu. Rozsah útraty za akci se v optimistickém pohledu může pohybovat až ke 100 000,-, tržby se tak mohou velmi lišit každým měsícem. V případě optimistického výhledu tržeb bude podnik v zisku 816 074 Kč měsíčně.

### Vyhodnocení

V případě pesimistického pohledu vyšla měsíční ztráta 66 806 Kč, roční pak 801 672 Kč.

V případě optimistického pohledu vyšel měsíční zisk 1 094 880 Kč, roční pak 13 138 560 Kč.

Reálné tržby lze však pouze odhadovat a můžeme očekávat, že v prvním roce provozu bude docházet spíše ke ztrátovosti, nicméně podnik má obrovský potenciál vykazovat velmi slušný zisk. Přehoupnutí do tzv. černých čísel (ziskovosti) je očekáváno s druhým rokem provozu.

## ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce na téma „Založení gastronomického provozu při respektování zásad udržitelného rozvoje“ bylo vymezit problematiku podnikání v oblasti gastronomie při respektování zásad udržitelného rozvoje a charakteristika jednotlivých náležitostí. Dále byla dle zadání provedena analýza možností založení podniku a navržen reálný plán založení provozu. Předmětem podnikatelského plánu byl nově zrekonstruovaný statek určený k pronájmu a provozování restaurace s malým ubytovacím zařízením v obci Hluboké na Třebíčsku.

V teoretické části byly vymezeny základní termíny a poznatky z oblasti gastronomie, podnikání, udržitelného rozvoje, legislativy v podnikání a informace, které pomohly k pochopení a přiblížení dané problematiky a získané informace byly použity při tvorbě konkrétního podnikatelského plánu.

Přínosem v praktické části bylo představení uceleného konceptu nově vznikajícího podniku. Byla provedena celá řada analýz a dotazník, jenž pomohl lépe pochopit zájmy potencionálních hostů. Dále byly definovány předpokládané náklady a příjmy, způsob financování a práce se detailně zabývá ekologickou stopou podnikání a jejím minimalizováním. Byl vytvořen reálný obraz budoucího podniku, který by v budoucnu mohl být uveden do provozu.

Gastronomie je extrémně konkurenční prostředí, kde je obrovská nasycenost trhu a kde nemá žádný podnik zaručenou rentabilitu. Obor trpí vysokou fluktuací a cenová hladina služeb napříč celou zemí je velmi nízká. V žádné zemi na světě není pivo levnější než voda, u nás však mnohdy ano, je tedy velmi těžké se v oboru prosadit. Pomocí finančního plánování však bylo zjištěno, že i přes celou řadu nepříznivých podmínek má Svatojakubský dvůr vysoký potenciál být životaschopný a v budoucnu generovat nemalé zisky.



## POUŽITÉ ZDROJE

- [1] *Obchodní zákoník: [stav: prosinec 1996] texty zákonů převzaty ze souboru Českých zákonů: [aktuální texty jednotlivých zákonů s redakční úpravou usnadňující orientaci]*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 1996, v, 218 s. ISBN 80-7179-121-0.
- [2] HISRIC, Robert D. a Michael P. PETERS. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.
- [3] KAPPOVÁ, Olga. *Živnostenské podnikání. Vydání: druhé doplněné a přepracované*. Přerov: Vysoká škola logistiky, 2015. ISBN 978-80-87179-40-6.
- [4] BRILLAT-SAVARIN a M. F. K FISHER. *Aphorisms of Jean Anthelme Brillat-Savarin from his work, The physiology of taste*. Pasadena [Calif.]: Weather Bird Press, 1998.
- [5] METZ, Reinhold, Hermann GRÜNER a Thomas KESSLER. *Restaurace a host: základní odborné vědomosti: restaurace, hotel, kuchyně*. Vyd. 1. Praha: Europa-Sobotáles, 2008, 606 s. ISBN 978-80-86706-18-4.
- [6] BUREŠOVÁ, Pavla a Blanka ZIMÁKOVÁ. *Gastronomické služby - servis. Vydání třetí*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2016. ISBN 978-80-87411-80-3.
- [7] KAMENÍK, Petr. *Živnostenský zákon: Zákon o živnostenských úřadech: komentář*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer, 2014, xxvii, 376 s. ISBN 978-80-7478-471-2.
- [8] VEBER, Jaromír, Jitka, SRPOVÁ a kolektiv. *Podnikání malé a střední firmy. 2. aktualizované a rozšířené vydání* Praha: Grada Publishing, 2008, ISBN: 978-80-247-2409-6.
- [9] ANDRESKA, Jan. *Trvale udržitelný rozvoj*. Praha: Národní zemědělské muzeum, 2010. *Prameny a studie (Národní zemědělské muzeum)*. ISBN 978-80-86874-27-2.
- [10] SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.
- [11] KORÁB, Vojtěch, REŽŇÁKOVÁ, Mária, PETERKA, Jiří. *Podnikatelský plán, 1.vyd.*

Brno: ComputerPress, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.

[12] SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. *Expert (Grada)*. ISBN 978-80-247-4103-1.

[13] TÝČ, Daniel. *Činnost managementu vzhledem k okolí firmy*. Brno, 1996.

[14] BURDOVÁ, Kateřina. *SWOT analýza a perspektivy malého a středního podnikání v České republice*. Brno, 2003.

[15] *Naše společná budoucnost: výtah : zpráva mezinárodní komise OSN pro životní prostředí*. 3. upr. vyd. Brno: EkoCentrum, 1991.

[16] COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. *A Sustainable Europe for a Better World: A European Union Strategy for Sustainable Development* [online]. 2001 [cit. 2015-03-16]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0264&from=EN>.

[17] MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ. *Státní politika životního prostředí České republiky 2004-2010*. Praha: Ministerstvo životního prostředí, 2004, 56 s. ISBN 80-721-2283-5.

[18] *Databáze výsledků sčítání lidu, domů a bytů 2011: průřezové : sčítání lidu, domů a bytů 2011 k 26.3.2011*. Praha: Český statistický úřad, c2013. ISBN 978-80-250-2357-0.

[19] PŮBALOVÁ, Ludmila. *Swot analýza potřebnosti dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků na ZŠ a SŠ v Jihočeském kraji: v rámci dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků Jihočeského kraje*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. ISBN 978-80-87472-24-8.

## **SEZNAM TABULEK, GRAFŮ A OBRÁZKŮ**

Graf 1: Věk dotazovaných

Graf 2: Ochota útraty za nocleh

Graf 3: Ochota útraty za hlavní chod

Graf 4: Využití možnosti platby stravenkami

Graf 5: Využití možnosti platby kartou

Graf 6: Tematické víkendy

Graf 7: Ochota připlácet za ekologický a regionální product

Graf 8: Ochota dojíždění do restaurace

Tab. 1: SWOT analýza Svatojakubský dvůr

Tab. 2: Vyhodnocení SWOT analýzy

Obr. 1: Logo Svatojakubský dvůr

Tab. 3: Ceník ubytování Svatojakubský dvůr vč. snídaně

Tab. 4: Jednorázové počáteční výdaje

Tab. 5: Měsíční výdaje na zaměstnance

Tab. 6: Provozní měsíční výdaje

Tab. 7: Minimální potřebná tržba pro přežití podniku

Tab. 8: Pesimistický odhad tržeb

Tab. 9: Opimistický odhad tržeb

## PŘÍLOHY

Příloha č. 1: příklad tematického víkendu

# ŘÍZKOVÉ MENU

### Polévky

0,3l	Šumavská bramboračka	55,-
0,3l	Silný hovězí vývar s játrovými knedličky a nudlemi	45,-

### Hlavní jídla

200g	Vepřový řízek z krkovice	199,-
150g	Vídeňský řízek	199,-
150g	Řízek Porthaus	199,-
150g	Kančí řízek	199,-
150g	Krůtí Cordon bleu	199,-
300g	Maxi řízek z krkovice	279,-

Ceny řízků včetně přílohy dle výběru:

200g	Bramborový salát s majonézou	
200g	Lehký bramborový salát s jogurtem a ředkvičkami	
200g	Vařené brambory	
1000g	Variace mini řízečků, chléb a okurek kuřecí, telecí, vepřový a kančí	699,-

### Bezmasé jídlo

300g	Kroupové rizoto s hříby a parmazánem	149,-
------	--------------------------------------	-------

### Dětské jídlo

100g	Kuřecí plátek, vařené brambory	95,-
------	--------------------------------	------

Svatojakubský dvůr

Hluboké 27, Náměšť nad Oslavou

tel: 735 755 515

Zdroj: Vlastní zpracování

## **Rautová nabídka**

### **Varianta 1**

#### **Teplý raut:**

- Konfitovaná hovězí žebra na tymiánu, zelný salát s křenem,
- trhané kachní maso, bílé zelí, restované bramborové noky,
- variace kuřecích a vepřových mini řízečků,
- kuřecí steaky s bylinkovou omáčkou,
- pošírovaný losos ve smetaně,
- vepřové koleno,
- medailonky z panenky v houbové omáčce,
- variace příloh (restované brambory s česnekem a rozmarýnem, grilovaná zelenina, bramborový salát, variace pečiva).

#### **Studený raut:**

- Roasbeef s dijonským krémem, cibulový salátek,
- hovězí tatarák,
- variace kuřecích a vepřových rolád,
- domácí paštika s jablečným chutney,
- variace sýrů k vínu doplněné o rakytníkové coulis,
- míchaný salát s grilovanou zeleninou,
- variace salátů,
- ovoce.

#### **Dezerty:**

- Domácí jablečný štrúdl,
- variace mini dezertů,

- domácí ovocné koláče.

Cena rautu 590,- na osobu, dítě do 12. let 410,-, ceny vč. DPH.

## **Varianta 2**

### **Teplý raut:**

- Konfitované vepřové žebra na tymiánu, zelný salát s křenem,
- variace vepřových a kuřecích mini řízečků,
- kuřecí steaky s bylinkovou omáčkou.

### **Studený raut:**

- Variace salátů,
- domácí paštika s jablečným chutney,
- variace sýrů k vínu doplněné o rakytníkové coulis.

### **Dezerty:**

- Domácí jablečný štrůdl.

Cena rautu 420,- na osobu, dítě do 12. let 290,-, ceny vč. DPH.

Zdroj: [Vlastní zpracování](#)

Příloha č. 3: Dotazník preferencí

### **DOTAZNÍK PREFERENCÍ**

V rámci vypracovávání podnikatelského záměru otevřít v okolí restaurační zařízení s možností ubytování bychom Vás požádali o vyplnění krátkého dotazníku.

Vámi vybranou odpověď , prosím, zakroužkujte.

#### **Do jaké věkové skupiny se zařadíte?**

- Méně než 18
- 19 – 30 let
- 31 – 45 let
- 46 – 55 let
- 56 a více

#### **Kolik jste ochoten zaplatit za ubytování na 1 noc?**

- Méně než 250 Kč
- 251 – 450 Kč
- 451 – 600 Kč
- 601 – 900 Kč
- více než 900 Kč

#### **Kolik jste ochoten zaplatit v restauraci za hlavní chod?**

- Méně než 90 Kč
- 91 – 140 Kč
- 141 – 170 Kč
- 171 – 200 Kč
- 201 – 260 Kč
- více než 260 Kč

#### **Oceníte možnost platby stravenkami?**

- ano
- ne

#### **Oceníte možnost platby kartou?**

- ano

- ne

**Který tematický víkend Vás nejvíce osloví?**

- Řízkový
- Rybí
- Zabijačkový
- Italský
- Husí
- Francouzský
- Burgerový

**Jste ochoten zaplatit o něco více za regionální či ekologicky šetrný produkt?**

- ano
- ne

**Jste ochoten si za dobrým jídlem zajet i za Vaše bydliště?**

- ano
- ne
- výjimečně

**Vážíme si Vašeho času při vyplnění dotazníků a doufáme, že se příště setkáme v nově otevřeném podniku Svatojakubský dvůr.**

**Se srdečným pozdravem**

**„Ekohotel“ Svatojakubský dvůr**

**Zdroj: Vlastní zpracování**