

# **Projekt založení podniku služeb v okrese Litoměřice – ubytovacího zařízení - penzionu**

Bc. Marie Mrázková

---

Diplomová práce  
2012

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav podnikové ekonomiky  
akademický rok: 2011/2012

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Marie MRÁZKOVÁ**  
Osobní číslo: **M080544**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Podniková ekonomika**

Téma práce: **Projekt založení podniku služeb v okrese Litoměřice  
- ubytovacího zařízení – penzionu**

Zásady pro vypracování:

### Úvod

#### I. Teoretická část

- S využitím dostupné literatury zpracujte teoretická východiska týkající se oblasti založení podniku a marketingového průzkumu.
- Charakterizujte oblast služeb s důrazem na ubytování – penziony.

#### II. Praktická část

- Zpracujte důvody zájmu v oblasti služeb – ubytování – penziony.
- Proveďte průzkum trhu v oblasti podniku služeb – penziony v okrese Litoměřice.
- Zpracujte projektové řešení založení zvoleného podniku nabízejícího služby v oblasti ubytování – penzion.

### Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70 stran  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

**BERÁNEK, Jaromír.** Provozujeme pohostinství a ubytování. 1. vyd. Praha: Grada, 2004. 180 s. ISBN 80-867-2402-6  
**FOTR, Jiří, SOUČEK, Ivan.** Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2  
**HORNER, Susan, SWARBROOKE, John.** Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. Expert. 488 s. ISBN 80-247-0202-9  
**PALATKOVÁ, Monika.** Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. 224 s. ISBN 80-247-1014-5  
**SYNEK, Miloslav a kol.** Podniková ekonomika. 4. doplněné vydání. Praha: C.H.Beck, 2006. 475 s. ISBN 80-7179-892-4

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.**  
Ústav podnikové ekonomiky  
Datum zadání diplomové práce: **18. června 2012**  
Termín odevzdání diplomové práce: **13. srpna 2012**

Ve Zlíně dne 18. června 2012

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
děkanka



doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby<sup>1</sup>;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3<sup>2</sup>;
- podle § 60<sup>3</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

---

<sup>1</sup> zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

<sup>2</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

<sup>3</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60<sup>4</sup> odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 9.8.2012

Marek Ševčík

<sup>4</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce, na základě teoretických poznatků, zpracovává postup založení podniku služeb – ubytovacího zařízení v okrese Litoměřice. S využitím výstupů z provedené analýzy konkurenčního prostředí, průzkumu trhu, důvodů zájmu v oblasti ubytování a právní formy podnikání je vypracován konkrétní projekt založení podniku. V závěru jsou vyhodnocena rizika a přínosy projektu.

### **Klíčová slova:**

analýza, konkurenční prostředí, průzkum trhu, podnikatelský plán, zakladatelský rozpočet, založení podniku, vznik podniku, ubytovací zařízení

## **ABSTRACT**

The graduation thesis processes, on the basis theoretical knowledge, process of floatation the firm of services in Litoměřice district. With use of outputs from performed analyses of competition surround, research of market, reasons of interest in area of accommodation and juristic form of business is worked up specific project of floatation of the firm. At the end of the thesis are evaluated risks and benefits of the projekt.

### **Keywords:**

Analyse, Competittion Surround, Research of Market, Business Plan, Founding Budget, Foundation of Firm, Rice of Firm, Accommodation Facility

Mé poděkování patří zejména paní Ing. Zuzaně Tučkové za cenné rady a náměty, které mi v průběhu zpracovávání mé diplomové práce poskytla.

## **OBSAH**

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ PODNIKÁNÍ</b> .....	<b>12</b>
1.1    PODNIK.....	12
1.2    PODNIKÁNÍ.....	12
1.3    PODNIKATEL.....	13
<b>2 START-UP (ZAHÁJENÍ PODNIKÁNÍ)</b> .....	<b>14</b>
2.1    PRŮZKUM TRHU.....	14
2.1.1    Metody sběru dat.....	15
2.1.2    Analýzy .....	17
2.2    PŘEDMĚT ČINNOSTI .....	19
2.2.1    Služby.....	19
2.3    TRH SLUŽEB .....	21
2.3.1    Kvalita služeb.....	23
2.4    PODNIKATELSKÝ PLÁN .....	24
2.5    FINANČNÍ PLÁN .....	25
2.5.1    Zakladatelský rozpočet.....	27
2.5.2    Zdroje financování .....	28
2.6    PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ .....	30
2.6.1    Volba právní formy podnikání .....	33
<b>3 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU</b> .....	<b>34</b>
3.1    KLASIFIKACE SLUŽEB PODLE ODVĚTVOVÉ KLASIFIKACE EKONOMICKÝCH ČINNOSTÍ (OKEČ).....	35
3.1.1    Zařazení penzionů do klasifikace OKEČ .....	35
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>36</b>
<b>4 PRŮZKUM TRHU</b> .....	<b>37</b>
4.1    DŮVODY ZÁJMU V OBLASTI SLUŽEB – UBYTOVÁNÍ – PENZIONY.....	37
4.2    ANALÝZA PROSTŘEDÍ .....	43
4.3    ANALÝZA PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ .....	49
4.4    ZÁVĚRY Z KAPITOLY 4 .....	51
<b>5 ZHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ ANALÝZ</b> .....	<b>52</b>
<b>6 PROJEKT ZALOŽENÍ PODNIKU SLUŽEB – UBYTOVACÍHO     ZAŘÍZENÍ – PENZIONU</b> .....	<b>53</b>



6.1	CÍLE PROJEKTU .....	53
6.2	LOKALIZACE PENZIONU U KOCOURA.....	54
6.3	ZALOŽENÍ ŽIVNOSTI.....	54
6.4	TYPY UBYTOVÁNÍ A STRAVOVÁNÍ .....	55
6.5	ZAJIŠTĚNÍ MATERIÁLU .....	56
6.5.1	Vybavení budovy.....	56
6.6	ZAJIŠTĚNÍ PERSONÁLU.....	57
6.6.1	Organizační struktura podniku .....	57
6.7	MARKETINGOVÝ PLÁN .....	58
6.8	HARMONOGRAM REALIZACE .....	61
6.9	EKONOMICKÁ ANALÝZA .....	62
6.9.1	Potřeba finančních prostředků.....	62
6.9.2	Zdroje financování .....	66
6.10	FINANČNÍ PLÁN .....	70
6.11	RIZIKA PROJEKTU .....	73
6.12	SWOT ANALÝZA A ZHODNOCENÍ PROJEKTU .....	75
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>78</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>80</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>82</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>83</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>84</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>85</b>

## ÚVOD

Turistický ruch, jak jej známe dnes, v České republice dříve vůbec neexistoval. Vyskytoval se spíše v podobě chat a chalup, které si lidé pořídili na víkendový „relax“ na zahrádce. Pobyty v hotelech či zotavovnách byly organizované a lidé neměli možnost volby. Rozvoj turistického ruchu a s ním i rozvoj služeb ubytovacích zařízení byl zaznamenán po roce 1989.

S rozvojem turistického ruchu se začaly rozvíjet také požadavky zákazníků ubytovacích zařízení. Přístup majitelů těchto zařízení se musel v posledních dvaceti letech zcela přeorientovat. Dnes již není důležité, jaké služby chce majitel ubytovacího zařízení nabízet, ale jaké služby a za jakou cenu chce zákazník využívat.

Cílem mé diplomové práce Projekt založení podniku služeb v okrese Litoměřice - ubytovacího zařízení – penzionu je, na základě průzkumu trhu, sestavit podnikatelský plán k založení nového ubytovacího zařízení ve zmíněném okrese.

Analýza trhu byla provedena pomocí několika metod. První z nich bylo dotazníkové šetření zjišťující důvody zájmu o služby ubytovacích zařízení v okrese Litoměřice. Další metodou byl Porterův model konkurenčních sil, pomocí kterého byla analyzována konkurence, zákazníci, dodavatelé a substituty.

Po vyhodnocení zjištěných dat byly vyvozeny podklady pro vyhotovení podnikatelského plánu a celého projektu.

V praktické části je sestaven projekt založení nového penzionu v okrese Litoměřice. Řešeny jsou personální zdroje, marketingový plán, finanční zdroje a finanční plán. V závěru práce jsou vyhodnocena rizika projektu a je vypracována SWOT analýza společně s vyhodnocením projektu.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ PODNIKÁNÍ

## 1.1 Podnik

Definice pojmu podnik je několik. Každý autor chápe podnik jinak. Např. Synek (2007) chápe podnik jako ekonomicko-právní subjekt, jehož podstatou je výroba zboží a poskytování služeb za úplatu.

Z hlediska zákona je však závazná definice podniku uvedená v Obchodním zákoníku (2012). Ta říká, že podnik je souborem hmotných a nehmotných složek podnikání. Podnikem se pro účely tohoto zákona rozumí soubor hmotných a nehmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit.

## 1.2 Podnikání

Pojem „podnikání“ dnes běžně používáme. Při specifikaci samotného pojmu můžeme využít čtyři pojetí: (Veber et al., 2005, s. 15)

- Ekonomické pojetí říká, že podnikání zapojuje ekonomické zdroje a jiné aktivity tak, aby byla navýšena jejich původní hodnota.
- Psychologické pojetí definuje podnikání jako činnost motivovanou potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit.
- Sociologické pojetí říká, že podnikání je vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledání cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí.
- Právnícké pojetí podnikání nejlépe vystihuje definice z Obchodního zákoníku. Ten říká, že podnikání je soustavnou činností, kterou podnikatel provozuje samostatně vlastním jménem a na vlastní odpovědnost. Účelem této činnosti je dosažení zisku.

**Soustavná činnost** je činnost, která se opakuje. Nemůžeme za ni považovat činnost náhodnou nebo jednorázovou. Výjimku tvoří činnost sezónní, kterou považujeme

také za soustavnou. Dále za soustavnou činnost považujeme i činnosti jednorázové, které se opakují, a činnosti vyžadující k provedení delší dobu.

**Samostatnost** znamená, že živnostník není závislý na pokynech nadřízených, ale o své činnosti si rozhoduje sám.

Podnikatel, který není zapsaný v obchodním rejstříku, provozuje podnikatelskou činnost **vlastním jménem**, tedy pod svým jménem a příjmením, popř. názvem.

Podnikatelské riziko je vyjádřeno v požadavku provozování živnosti **na vlastní odpovědnost**. Za své závazky podnikatel ručí celým svým majetkem.

Podnikání **za účelem dosažení zisku** pak neznamená, že zisku musí být dosaženo. Rozhodující je, že na začátku byl úmysl zisku dosáhnout a není důležité, na co bude zisk použit.

### 1.3 Podnikatel

V obchodním zákoníku (2012) je podnikatel definován jako:

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.

## 2 START-UP (ZAHÁJENÍ PODNIKÁNÍ)

Důvodů pro založení vlastního podniku může být nespočet. Ať už je tím prvním podnětem ztráta zaměstnání nebo touha „postavit se na vlastní nohy“, vždy je nutné před samotným zahájením podnikání zpracovat plán, podle kterého budeme při realizaci záměru postupovat.

### 2.1 Průzkum trhu

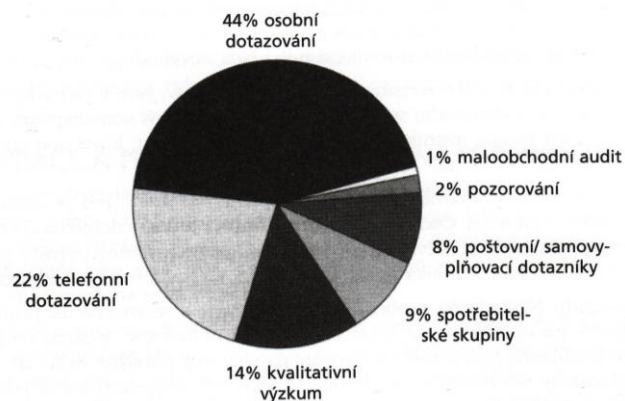
Zahájení podnikání by měl předcházet průzkum trhu. Před jeho realizací je třeba určit, jakých cílů má být dosaženo a jakým způsobem potřebné informace získáme.

Vhodnými informačními zdroji pro průzkum trhu mohou být: (Srpková et al., 2007, s. 18-19)

- internet,
- informace statistického úřadu,
- ročenky, měsíční a čtvrtletní zprávy poskytující informace o jednotlivých regionech,
- informace z ministerstev a ostatních vládních institucí,
- informace z odborových svazů a sdružení,
- informace Hospodářské komory ČR,
- oborové statistiky, zprávy, srovnání podniků,
- odborné publikace, časopisy, noviny,
- firemní zprávy, obchodní věstníky,
- seznamy vystavovatelů na veletrzích,
- informace mezinárodních organizací.

### 2.1.1 Metody sběru dat

Mezi základní metody sběru dat patří osobní rozhovor, telefonování, halový test, skupinové diskuse, poštovní dotazník/samovyplňování, záhadné nakupování a hloubková interview. Poměr zastoupení jednotlivých dotazovacích metod znázorňuje následující diagram. (Hauge, 2003, s. 135)



Obr. 1. Zastoupení dotazovacích metod

Jak z diagramu vyplývá, nejčastěji využívanými metodami jsou osobní a telefonická interview. Jedná se o nejsnazší a nejefektivnější formy dotazování.

#### Osobní interview

Získávání dat pomocí osobních rozhovorů je nejčastěji používanou metodou. Jako důvody pro jejich časté využívání pro sběr dat uvádí (autor) následující: (Hauge, 2003, s. 136-137)

- Lepší vysvětlení – dotazovaní mají více času na promyšlení odpovědi a tazatel tak může lépe vyhodnotit význam odpovědi. V případě potřeby prezentace reklamních materiálů nebo loga je osobní kontakt nejvhodnější metodou získávání dat.
- Hloubka – možnost prokázat se identifikační kartou a setkání tazatele a respondenta tváří v tvář posiluje pocit důvěrnosti k tazateli. Ten si tak lépe a na delší dobu získá pozornost dotazovaného.
- Vyšší přesnost – respondent si při osobním interview může informace vyhledat, popř. mu daný produkt může být předveden.

- Ukázání produktů – produkty je možné doručit poštou nebo osobně. Osobní doručení však umožňuje důkladnější zaškolení.

Kromě výše zmíněných výhod má však osobní interview i své nevýhody:

- Organizace – organizace osobního interview není snadná. Pokud se jedná o průzkum celostátní, je o to obtížnější. Některé předměty mohou být komplikované a k provedení průzkumu může být potřeba tazatele osobně instruovat. Nevýhodou osobního interview je také skutečnost, že tazatel pracuje samostatně a svědomitost jeho práce tedy ovlivňuje výslednou kvalitu získaných dat.
- Náklady – náklady na provedení průzkumu na ulici a v domácnosti se značně liší. Průzkum prováděný v domácnostech na předvolených místech jsou finančně nákladnější. V porovnání s telefonickým dotazováním je osobní interview zhruba stejně nákladné. Pokud ale potřebujeme průzkum provést na větším území, stává se výhodnějším telefonování.
- Čas – osobní interview prováděná pomocí domácích rozhovorů je časově náročnější než pouliční dotazování. Organizace osobního interview trvá minimálně dva týdny až měsíc.

### **Telefonické interview**

Na rozdíl od osobních rozhovorů je telefonické dotazování rychlejší a méně nákladné. Finanční výhoda však není jednoznačná, pokud porovnááme telefonické dotazování s dotazováním pouličním. To může být ve skutečnosti časově i nákladově levnější.

Pokud však porovnáme rozhovory telefonické a domácí, je rychlejším a levnějším způsobem získávání informací telefonování. Další výhodou telefonování oproti domácím rozhovorům je, že méně proniká do soukromí dotazovaných. Dotazování nemusí tazateli otvírat dveře a tazatelé nemusí chodit do nebezpečných čtvrtí. Jestliže je dotazování prováděno z jednoho centrálního bodu, jsou tazatelé hlídáni víc než při dotazování v terénu.

Telefonická dotazování však nejsou vždy vhodnou metodou získávání informací. Telefon není vhodný pro případy, kdy je třeba předmět dotazu ukázat nebo si má dotazovaný zvolit z více předurčených faktorů. Při telefonickém dotazování je těžké si zapamatovat víc než 5



nebo 6 faktorů, které by dotazovanému byly za normálních okolností nabídnuty v písemné podobě. Všechny faktory by tak měly stejnou šanci.

Délka trvání telefonických interview je ideálně 10 až 15 minut. Otázky mají být krátké a výstižné, stejně jako odpovědi na ně. (Hauge, 2003, s. 138-139)

### 2.1.2 Analýzy

Kromě průzkumu trhu je třeba před zahájením podnikání využít i další analytické nástroje. Jsou jimi SWOT analýza, SLEPT analýza a Porterův model konkurenčních sil. Pomocí těchto nástrojů můžeme zhodnotit konkurenční prostředí trhu, na který se chystáme vstoupit, a vlastní silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení. (Koráb et al., 2008, s. 48-50)

**SWOT analýza** identifikuje a posuzuje interní a externí faktory, které ovlivňují podnik. Interní faktory může podnikatel sám více či méně ovlivnit. Mezi interní faktory patří oblast podnikových procesů, managementu, personálu, ve výrobě apod.

Interní faktory vyhodnocují:

- silné stránky podniku – znázorňují podnikové oblasti, které posilují konkurenční výhodu společnosti.
- slabé stránky podniku – popisují podnikové oblasti, které oslabují pozici společnosti vůči konkurenci.

Externí vlivy pak podnikatel ovlivnit nemůže. V externích vlivech je vyhodnocována oblast trhu, norem a standardů, technologického rozvoje, legislativy atd.

Externí vlivy charakterizují:

- příležitosti podniku – jaké vlivy mohou podnik podpořit a zvýhodnit jej oproti konkurenci.
- hrozby – vlivy, které mohou podnik oslabit.

**SLEPT analýza** identifikuje a zkoumá externí faktory v následujících oblastech:

- sociální oblast – zkoumá zejména trh práce a demografické ukazatele;
- legislativní oblast – vyhodnocuje použitelnost a srozumitelnost zákonů;
- ekonomická oblast – zabývá se zejména makroekonomickými hospodářskými ukazateli a přímými a nepřímými daněmi;
- politická oblast – popisuje stabilitu státních a municipálních institucí;
- technologická oblast – zkoumá trendy ve vývoji technologií a důsledky vývoje internetu.

**Porterův model konkurenčních sil** zkoumá reálné i potenciální konkurenty podniku. Pro jeho zpracování je třeba specifikovat pět oblastí:

- Vnitřní konkurence – do této oblasti patří konkurenti podnikající ve stejném typu či oblasti podnikání, ve které působí náš podnik.
- Nová konkurence zahrnuje subjekty, které vstupují nebo hodlají vstoupit do naší oblasti trhu.
- Zpětná integrace v dodavatelském řetězci plyne z rizika, že se náš odběratel rozhodne zajistit si námi dodávané produkty či služby vlastními silami.
- Dopředná integrace v odběratelském řetězci plyne z rizika, že náš současný odběratel se rozhodne rozšířit či posunout své podnikání do naší oblasti podnikání.
- Riziko konkurence substitutů specifikuje situaci, kdy našim produktům konkurují jiné více či méně podobné produkty, které naše produkty nějak nahrazují.

## 2.2 Předmět činnosti

Před zahájením podnikání je třeba vždy určit předmět činnosti, kterou se budeme zabývat. Jeho charakteristika se liší podle sektoru, ve kterém daná firma působí.

Ve výrobním sektoru předmět činnosti popisuje základní představu o technologickém postupu výroby, ze kterého plynou požadavky na strojní vybavení, základní materiál, kvalifikaci pracovní síly, na technickou infrastrukturu a vlastnosti provozní budovy.

V sektoru obchodu je v podnikatelském plánu specifikováno zboží, které podnikatel zamýšlí prodávat. Popisuje činnosti potřebné k prodeji zboží, potřebu odpovídajícího vybavení velkoobchodní nebo maloobchodní prodejny, materiálové nároky a nároky kvalifikační a kvantitativní.

Posledním sektorem, ve kterém je možné podnikat, je sektor služeb. Plán podnikání v tomto sektoru specifikuje účel služby. Popisuje činnosti potřebné k jejímu provádění, odpovídající potřebné vybavení provozovny, materiálové nároky a kvalifikační a kvantitativní nároky přímo spojené s výkonem služby. (Vejdělek, 1997, s. 41-43)

### 2.2.1 Služby

Existuje bezpočet definic pojmu služby. Žádná jednoznačná definice však neexistuje. Pokud porovnáme výrobky a služby, můžeme mezi nimi specifikovat základní rozdíl. Výrobky jsou hmotné předměty, služby pak jsou nehmotné činnosti, které není možné vlastnit. V některých případech mohou (ale nemusí) být služby navázány na hmotný produkt.

Podle Parmové (2003) mají služby oproti výrobkům tyto charakteristické vlastnosti:

- Nehmotnost – služba je souhrn úkonů, které poskytovatel nemůže zákazníkům předem demonstrovat ani je před jejich poskytnutím skladovat. Ke spotřebě služby dochází v okamžiku jejich vzniku.
- Nedělitelnost – k navození pocitu uspokojení u zákazníka je třeba poskytnout celou službu, tedy celý souhrn úkonů, které danou službu tvoří.
- Neoddělitelnost od poskytovatele – kvalitu poskytované služby ovlivňují schopnosti poskytovatele a jeho spolupracovníků, kteří přicházejí do kontaktu se zákazníky, a

kapacita poskytovatele. Na schopnostech poskytovatele je závislá kvalita služby a dlouhodobé udržení úrovně poskytovaných služeb.

- Pomíjivost – pocit uspokojení z využití služby u zákazníka po čase odezní. Kvalitně poskytnutá služba motivuje zákazníka k jejímu opětovnému využití, zatímco nekvalitní služba od dalšího využití služeb daného poskytovatele zákazníka odradí.

### **Základní klasifikace služeb**

Služeb existuje nepřehledné množství. Pro zjednodušení jejich klasifikace je Parmová (2003) rozděluje do skupin podle následujících kritérií:

- **podle místa jejich odbytu** můžeme služby rozdělit na:
  - tržní služby – služby, které jsou nabízeny na trhu a podléhají tržním mechanismům;
  - netržní služby – činnosti a výhody, které nemůžeme rozdělovat podle tržních mechanismů, ale musíme použít mechanismy netržní podle potřeb sociálního a ekonomického prostředí. Tyto služby bývají také označovány jako služby veřejné. Jsou totiž poskytovány bezúplatně, popř. je cena za jejich poskytování dotována státem. Charakteristickým znakem veřejných služeb je, že jejich spotřeba je nedělitelná a není možné vyloučit žádnou osobu nebo skupinu osob z jejich využívání. U netržních služeb může dojít k tzv. „přehuštění“, tedy jevu, kdy spotřeba některých služeb vzrůstá natolik, že dojde k poklesu kvality jejich poskytování. Přehuštění můžeme zabránit jen zavedením nebo zvýšením poplatků za využívání těchto služeb.
- **podle cílového trhu** dělíme služby na:
  - služby pro spotřebitele – služby čerpané pouze spotřebiteli (např. volnočasové služby);
  - služby pro firmy/organizace - služby určené pouze firmám (např. celní, spediční apod.)

Pokud spotřebitelé i organizace čerpají stejné služby, mohou se služby v těchto skupinách vzájemně lišit v množství čerpaných služeb.

- **podle souvislosti služeb s hodnotou produktu** rozlišujeme služby:
  - interní služby – poskytovaná služba zvyšuje hodnotu produktu a konkurenční výhodu výrobce. Poskytované služby jsou spojené s koupí nějakého hmotného produktu (dodávka, montáž, zaškolení, záruční a pozáruční servis atd.)
  - externí služby – služby jsou poskytovány samostatně. Jejich poskytování je hlavní činností firmy a nejsou tedy jen doplňkem hmotných produktů (bankovní služby, vzdělávání, poradenství aj.)

Pro optimalizaci nabídky služeb by se měl producent služeb zabývat také dalšími klasifikacemi, které zohledňují také následující aspekty:

- **charakter poptávky po službě** – zda je poptávka konstantní, ovlivňována sezónou, fluktuací, jaké jsou možnosti jejího ovlivňování apod.
- **způsob distribuce** – jaká je možnost využití moderních technologií (např. internetu), zda musí chodit poskytovatel za zákazníkem nebo chodí zákazník na provoznu, jestli je nutný přímý kontakt se zákazníkem atd.
- **možnosti individualizace služby pro zákazníka** – standardní nebo zakázková výroba,
- **frekvence kontaktů a míra jejich intenzity** – častý, středně častý nebo občasný kontakt se zákazníkem.

Úspěch producenta služby může výrazně podpořit, pokud dokáže zařadit svou službu do určitých skupin a na tomto základě rozhodovat o využívaných nástrojích a případných změnách v poskytovaných službách.

### 2.3 Trh služeb

Přesné období, kdy vznikl trh služeb, můžeme pouze odhadovat. V minulosti byl význam služeb podceňován a jako statek netvořící hodnotu vnímali služby např. i ekonomové Karel Marx a Adam Smith. Růst významu služeb byl zaznamenán v souvislosti nejen s rozvojem

technologií, ale i s ekonomickou krizí 70.let 20. století, která postihla USA. V současnosti je podíl služeb na mezinárodním obchodu téměř 25 %.

V České republice byla kvalita služeb před rokem 1989 závislá na náladě pracujících. V oblasti služeb nebyla téměř žádná konkurence a centrálně plánovaná ekonomika služby také nijak nepodporovala. Po revoluci se vlivem vysoké poptávky po službách rozvinula silná konkurence a poskytované služby začaly zohledňovat potřeby a požadavky zákazníka.

Rozvoj služeb ovlivnil zejména celosvětový vývoj ekonomiky a globalizace:

- Internacionalizace – dochází k propojování národních ekonomik a v důsledku převýšení nabídky nad poptávkou se vyostřuje konkurenční boj.
- Elasticizace – od výrobků spotřebního průmyslu se poptávka přesunula k výrobkům a službám pro rozvoj zdraví, vzdělání a kultury.
- Intelektualizace – projekční a další intelektuální činnosti zaznamenaly růst na úkor klasické výroby.
- Informatizace – začaly se vyvíjet prostředky pro přenos a zpracování informací.
- Akcelerace – vzrostlo tempo vědeckotechnického rozvoje.
- Ekologizace – zvětšil se důraz kladený na životní prostředí.
- Humanizace – pro podporu všestranného rozvoje lidské osobnosti je kladen důraz na zlepšování pracovních podmínek.
- Intenzifikace – snaha získat z každé jednotky výrobních zdrojů maximum efektů.

Trh služeb je, stejně jako jiné trhy, místem, kde se setkává nabídka s poptávkou. Vstupu na trh služeb mohou bránit následující bariéry:

- Kapitálová náročnost, úspory z rozsahu.
- Přístup ke zdrojům, distribučním kanálům.
- Diferenciace služeb.
- Vládní politika.

- Pomalý růst poptávky po službách v daném odvětví.

### 2.3.1 Kvalita služeb

Posouzení kvality služeb je závislé na individuálních potřebách a očekáváních. Jejich úroveň je měřena pomocí kritérií jakostních charakteristik. Ta jsou těžko specifikovatelná a odlišují se podle kategorie služby, organizace, povahy zákazníka, poslání, důležitosti služby atd. Zjednodušeně se dá říct, že kvalita služby je rovna skutečné službě ponížené o službu očekávanou.

Hodnocení kvality služeb umožňují zejména následující kritéria:

- Spolehlivost – charakterizuje schopnost poskytnout, na přání zákazníka, slíbenou službu a trvale ji zajistit na požadovanou dobu.
- Hmatatelnost – obsahuje zařízení, vybavení a oděv zaměstnanců.
- Komunikace – zajištění informací o potřebách a přání zákazníků.
- Důvěryhodnost a způsobilost (kompetence) zaměstnanců – důvěryhodnost, dovednosti a znalosti nezbytné k odbornému poskytování dané služby.
- Přístup a chování k zákazníkovi – kultivovanost, respekt, zdvořilost, ohleduplnost a přátelskost obsluhujícího personálu vůči zákazníkovi.
- Dostupnost služby – služba má být dostupná na vhodném místě, v určené kvalitě a s optimální dobou čekání.

Zákazník pak hodnotí kvalitu služeb ze dvou hledisek:

- Technické hledisko – posuzuje službu objektivně podle hmotných předmětů, které se službou souvisejí, např. ubytování, stravování apod.
- Funkční hledisko – hodnotí službu subjektivně podle vzájemných vztahů. Např. ochota personálu, dochvilnost apod.

Zájmem každého podnikatele, který poskytuje jakékoli služby, by mělo být zvyšování jejich kvality. Staňková (2007) uvádí, že kvalitu poskytovaných služeb je možné zvýšit např. následovně:

- Posílením možností zaměstnanců (kvalifikace, pravomoc, zodpovědnost, motivace).
- Zlepšit schopnost úspěšně zvládat řešení problémů.
- Využít benchmarking – porovnání činností s konkurencí.
- Zkvalitnit plánování procesu služby (modelování scén, možných postupů poskytování služby).
- Zvýšení produktivity práce (automatizace, školení personálu, využití internetu, nových technologií).
- Zvýšit individuální přístup – přizpůsobit se zákazníkovi (srozumitelně vysvětlit bez náznaku nadřazenosti).
- Důvěra – vytvořit pocit, že zákazník je v dobrých rukou, být středem pozornosti.

## 2.4 Podnikatelský plán

Na otázku: „Proč vlastně podnikatelský plán potřebuji?“ existují dvě základní odpovědi. Prvním důvodem je, že podnikatelský plán je používán jako manažerský nástroj k řízení živnosti, popř. společnosti. Druhým důvodem je, že podnikatelský plán je důležitým podkladem pro získání cizích zdrojů financování.

Konkrétní struktura každého podnikatelského plánu se liší podle účelu, pro který je sestavován. Pro nově zakládanou živnost či podnik bude mít jinou strukturu než podnikatelský plán sestavený pro rozvoj již existující společnosti. Každý podnikatelský plán by však měl obsahovat následující body: (Koráb et al., 2008, s. 73-93)

- **Titulní strana** – má obsahovat informace o obsahu dokumentu: název, popř. podtitul, autora/autory dokumentu, logo podniku.
- **Exekutivní souhrn** – je zkrácená verze podnikatelského plánu, která v jedné kapitole stručně a výstižně popisuje zakladatele, produkty a služby, trh, silné stránky, strategii, klíčová finanční data a potřebné finanční zdroje.



- **Popis podniku** – charakteristika podstaty zakládaného podniku a celého podnikatelského plánu. Dále je v této části specifikováno, jakou právní formu bude námi zakládaný podnik mít a kterou klíčovou činností nebo činností bude podnik provozovat.
- **Externí prostředí** – specifikace makroprostředí, trhu, konkurence, zákazníků apod.
- **Marketingový plán** – charakteristika cílů, obchodní strategie, marketingový mix aj. Jedná se v podstatě o strategický plán podniku.
- **Operační plán** – rozpracovává strategii podnikatelského plánu do operačních detailů. Popisuje tedy jeho realizaci v čase.
- **Personální zdroje** – v případě podniků jednotlivce není tato kapitola potřebná. Jedná-li se o podnik větší, je v této části podnikatelského plánu specifikováno kdo a v jakém počtu bude kterou specializací a pracovní pozicí vykonávat.
- **Finanční plán** – specifikuje finanční potřeby podniku, základní účetní výkazy pro různá období a soupisy a aplikace vlastních zdrojů a fondů.
- **Hodnocení rizik** – pro hodnocení a řízení rizik existují čtyři klíčové kroky: identifikace klíčových faktorů, kvantifikace rizik, plánování krizových scénářů a monitoring a řízení.
- **Přílohy**

## 2.5 Finanční plán

Finanční plán je obrazem podnikatelského záměru v peněžních tocích. Propojuje představy majitelů podniku, popř. jeho managementu, s realitou. Finanční plán je ověřením podnikatelského záměru a pomáhá přesvědčit investory o jeho výnosnosti. Výsledky finančního plánu jsou:

- **Rozvaha podniku** – poskytuje přehled o majetku podniku a zdrojích jeho financování k určitému datu. Protože není možné vlastnit více majetku než zdrojů jeho financování, musí mezi aktivy a pasivy firmy platit bilanční rovnost.
- **Náklady a výnosy podniku** neboli **Výkaz zisku a ztrát** – znázorňuje hodnotové vyjádření spotřeby materiálu vynaloženého na získání výnosů a výsledků činnosti

podniku za dané období. Rozdíl výnosů a nákladů pak vyjadřuje výsledek hospodaření za dané období.

- **Cash-flow** – poskytuje informace o skutečném pohybu peněžních prostředků firmy v určitém období.

Pro zjištění cash-flow sledujeme peněžní toky v oblasti provozní, investiční a finanční.

- Provozní cash-flow pozoruje pohyb peněz, který souvisí s hlavním předmětem činnosti podniku.
- Investiční cash-flow zachycuje změny v dlouhodobém majetku.
- Finanční cash-flow znázorňuje získávání finančních zdrojů, jejich splácení a výplaty podílů na hospodaření vlastníkům.

Pro sledování Cash-flow můžeme použít dvě metody: (Koráb, 2008, s. 136-137)

- Přímoú metodou – za dané období jsou sledovány jednotlivé položky příjmů a výdajů. Tato metoda odpovídá daňové evidenci a je tedy využívána zejména v malých podnicích. Tímto způsobem se peněžní toky sledují v krátkém časovém horizontu (např. na čtvrtletí nebo měsíc).

**Počáteční stav peněžních prostředků**

+ Příjmy za určité období

– Výdaje za určité období

= **Konečný stav peněžních prostředků**

*Obr. 2. Přímoú metoda výpočtu Cash-flow*

- Nepřímoú metodou – předpokladem pro tuto metodu je, že potenciálním příjmem podniku je vytvořený zisk. Účetní výsledek hospodaření je upravován o položky, které nevyvolávají pohyb peněz, a o pohyb peněz, který byl důsledkem změn majetku a kapitálu. Příjmy a výdaje jsou takto sledovány v ročním časovém horizontu.

**Počáteční stav peněžních prostředků**

+ zisk (po úhradě úroků a zdanění)

+ odpisy (snížily vykazovaný zisk, ale nejsou peněžní výdaj)

+/- jiné náklady (výnosy), nevyvolávají pohyb peněz

**CF z provozní činnosti**

- přírůstek fixního majetku, nakoupených akcií, dluhopisů, ...

**CF z investiční činnosti**

+/- přírůstek/úbytek dlouhodobých dluhů, vlastního kapitálu  
a dalších finančních zdrojů, výplata podílu ze zisku, získání dotací apod.

**CF z finanční činnosti****Konečný stav peněžních prostředků**

*Obr. 3 Nepřímá metoda výpočtu Cash-flow.*

### 2.5.1 Zakladatelský rozpočet

Důvodem pro sestavení zakladatelského rozpočtu je snaha minimalizovat riziko neúspěchu podnikání již v počátku. Každý rozpočet je však jen formálním vyjádřením podnikatelských očekávání. Úspěch podnikání tak závisí na tom, jak jsou tato očekávání realistická. Při sestavování zakladatelského rozpočtu by měl podnikatel zohlednit:

- předpokládaný objem prodeje, tržeb, výnosů, nákladů a zisku;
- dlouhodobý majetek potřebný k zajištění předpokládaného objemu prodeje;
- oběžný majetek nutný k zajištění plynulosti výroby;
- potřebné zdroje financování;
- předpokládané cash-flow;
- výnosnost z podnikání, které bude realizací záměru dosaženo.

Takto jsou vypočítány celkové výdaje potřebné k uskutečnění podnikatelského záměru a výnosy, kterých je možné realizací záměru dosáhnout. Porovnání předpokládané výnosnosti s výnosností požadovanou je prvním krokem při rozhodování, zda daný podnikatelský záměr uskutečnit.

### 2.5.2 Zdroje financování

Základní členění zdrojů financování je na zdroje vlastní a cizí, v druhé řadě pak krátkodobé a dlouhodobé zdroje financování.

Vlastní zdroje financování: (Synek et al., 2007, s. 51-52)

- **vklady vlastníků nebo společníků** – tvoří základní kapitál společnosti. Jednotlivé právní formy podnikání se odlišují tím, zda mají zákonnou povinnost vložit základní kapitál, popř. v jaké výši;
- **nerozdělený zisk** – je zisk, který společnost vydělala, ale její majitelé si ho nerozdělili a ponechali jej pro opětovné investování nebo jako rezervu na období s horším výsledkem hospodaření. Tento způsobu využití vlastních zdrojů financování se označuje jako **samofinancování**. Zisk však není stabilním zdrojem financování.
- **odpisy** – oproti zisku jsou stabilnějším vnitřním zdrojem financování. Společnost je má k dispozici, i když nebyl vytvořen žádný zisk. Celkovou výši odpisů ovlivňuje množství a struktura dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku, jeho cena, doba a metoda odepisování.
- **výnosy z prodeje a z likvidace hmotného majetku a zásob** – např. příjmy z prodeje nepotřebných budov, strojů nebo zásob. Tato forma financování však pro firmy nebývá výhodná, protože se tím zároveň snižuje jejich majetek.

Cizí zdroje financování: (Pavelková a Knápková, 2007, s. 173-181)

- **Akcie** – cenný papír, který potvrzuje podíl jeho majitele na podnikovém kapitálu. Majitel akcie má právo podílet se na řízení akciové společnosti na valné hromadě, na výplatu dividend a v případě likvidace společnosti na majetkový zůstatek.
- **Úvěry** – rozlišujeme úvěry finanční a obchodní.
  - Finanční úvěry jsou úvěry poskytnuté finančními institucemi, zejména bankami. Podle doby splatnosti rozlišujeme úvěry dlouhodobé (úvěry se splatností delší než 5 let), střednědobé (úvěry se splatností od 1 roku do 5-ti let) a krátkodobé (úvěry se splatností do 1 roku). Dlouhodobé úvěry využívané

k pořízování fixního majetku jsou označovány jako úvěry investiční. Cenou za poskytnutí úvěru je u všech finančních úvěrů úrok.

- Obchodní úvěry souvisí s obchodními vztahy a jsou krátkodobými zdroji financování. Do obchodních úvěrů patří dodavatelské úvěry, kdy je úhrada za obdržené zboží nebo služby odložena o sjednaný počet dnů, a úvěry odběratelské, kdy je kupní cena nebo její část uhrazena dodavateli před skutečným zdanitelného plnění.
- **Obligace (dluhopisy)** – jsou dlouhodobé cenné papíry s pevně stanovenou dobou splatnosti a úrokem. Dluhopisy jsou vyjádřením závazku emitentů (dlužníků) vůči věřitelům (majitelům dluhopisů).
- **Rizikový kapitál** – při využití rizikového kapitálu zpravidla investor získává menšinový podíl na kapitálu podniku. V některých základních rozhodnutích má investor právo veta. Pokud podnik uspěje, může se investorův vklad několikanásobně zhodnotit. V případě neúspěchu investor o vložené prostředky přijde.
- **Projektové financování** – financování rozsáhlých a náročných akcí, pro jejichž realizaci je třeba více investorů. Pro uskutečnění těchto akcí jsou zakládány nové firmy, které pak závazky vzniklé z úvěrů přebírají do své bilance.
- **Leasing** – je alternativní možností pro nákup fixního majetku. Jedná se o pronájem fixního majetku za sjednanou úhradu od specializovaných společností. Leasing členíme na:
  - finanční leasing – nájemce se zaváže platit pronajímateli pravidelné platby po celou dobu trvání kontraktu. Platby za nájemné musí pokrýt celkovou cenu pronajímaného zařízení. Po skončení kontraktu přechází předmětný majetek do vlastnictví nájemce.
  - operativní leasing – oproti finančnímu leasingu nájemné nemusí pokrýt plnou cenu pronajímaného zařízení. Po uplynutí smluvní doby zůstává předmětný majetek ve vlastnictví pronajímatele.
- **Faktoring, forfaiting** – faktoring specifikuje odkoupení krátkodobých pohledávek faktorem, forfaiting definuje odkoupení střednědobých a dlouhodobých pohledávek.

- **Dotace** – jsou nenávratným zdrojem financování. Stát nebo jiný územní celek takto podporuje své projekty. Přímé dotace souvisí s příjmem peněžních prostředků, nepřímé dotace pak snižují podnikové výdaje pomocí různých úlev.

## 2.6 Právní formy podnikání

Podnikání může mít různé právní formy. Obchodní zákoník (2012) pak rozlišuje následující:

**Podniky jednotlivce** – tato forma bývá obvyklá zejména pro malé firmy a bývají označovány jako živnosti.

Fyzické osoby musí pro získání živnostenského oprávnění splnit následující všeobecné podmínky:

- a) dosáhly věku 18 let;
- b) jsou způsobilé k právním úkonům;
- c) jsou trestně bezúhonné;
- d) nemají daňové nedoplatky a tuto skutečnost doloží dokladem od příslušného finančního úřadu;
- e) nemají nedoplatky na pojistném na sociální zabezpečení a příspěvcích na státní politiku zaměstnanosti.

Živnostenské oprávnění vzniká:

- u ohlašovacích živností dnem ohlášení nebo pozdějším dnem, který je uvedený v ohlášení.
- u koncesovaných živností dnem, kdy rozhodnutí o udělení koncese nabylo právní moci.

Mezi živnosti ohlašovací patří živnosti:

- a) řemeslné - kovářství, zámečnictví, opravy karoserií, hodinářství, řeznictví a uzenářství, kominictví, kosmetické služby apod.. U těchto živností je třeba prokázat odbornou způsobilost k jejich provozování. Tuto způsobilost je možné doložit výučním listem, vysvědčením o ukončení studia, vysvědčením o maturitní zkoušce, diplomem, vysvědčením nebo jiným dokladem o absolvování bakalářského nebo magisterského studijního programu nebo dokladem o uznání odborné kvalifikace (vždy v příslušném oboru s doložením stanovené praxe).
- b) vázané - provozování autoškoly, oční optika, průvodcovská činnost, provozování cestovní agentury, činnost účetních poradců, masérské služby apod.. Podmínky pro splnění odborné způsobilosti jsou stanoveny v příloze č.2 živnostenského zákona.
- c) volné - k provozování volných živností zákon nepožaduje odbornou ani jinou způsobilost. Žadatel o živnostenské oprávnění musí splnit výše uvedené všeobecné podmínky k jeho získání.

Živnosti koncesované, podle Bartkové (2006), zahrnují provozování střelnic, provádění pyrotechnického průzkumu, směnářská činnost, taxislužba, provozování pohřební služby, provozování krematoria, služby soukromých detektivů, podniky zajišťující ochranu majetku a osob, provozování cestovní kanceláře, provádění veřejných dražeb atd. Tyto živnosti jsou uvedené v příloze č. 3 živnostenského zákona. Zde jsou také uvedeny podmínky pro doložení odborné způsobilosti.

### **Obchodní společnosti**

Obchodní společnosti jsou právnické osoby, které byly založeny za účelem podnikání. Obchodní společnost může být založena fyzickou i právnickou osobou, přičemž zakládající osoba (fyzická i právnická) může být společníkem s neomezeným ručením jen v jedné společnosti. Např. Bartková (2006) uvádí následující členění obchodních společností:

- Osobní obchodní společnosti – mezi osobní společnosti patří:
  - veřejná obchodní společnost – je tvořena alespoň dvěma osobami, které podnikají pod stejným názvem firmy. Za závazky společnosti ručí společníci společně a nerozdílně celým svým majetkem.
  - komanditní společnost – za závazky komanditní společnosti ručí jeden nebo více společníků do výše svého nesplaceného vkladu uvedeného v obchodním rejstříku (komanditisté) a jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti celým svým majetkem (komplementáři). Pro to, aby osoba mohla být komplementářem, musí splňovat podmínky pro provozování živnosti. Pokud je komplementářem právnická osoba, její práva a povinnosti související s účastí v komanditní společnosti vykonává statutární orgán, popř. statutárním orgánem pověřený zástupce.
- Kapitálové obchodní společnosti – do kapitálových společností řadíme:
  - společnost s ručením omezeným – základní kapitál společnosti s ručením omezeným je tvořen vklady společníků. Za závazky společnosti ručí společníci do výše svého nesplaceného vkladu. Společníkem mohou být fyzické osoby nebo jiné společnosti s ručením omezeným, jedna fyzická osoba však může být jediným společníkem maximálně ve třech společnostech s ručením omezeným. Nejvyšší počet společníků, který zákon umožňuje, je padesát.
  - akciová společnost – akciová společnost má základní kapitál rozdělený do daného počtu akcií o specifické jmenovité hodnotě. Akcionáři však za závazky společnosti neručí. Za závazky ručí společnost celým svým majetkem.

### Družstva

Družstva jsou zakládána neuzavřeným počtem osob. Účelem jejich založení je podnikání nebo zajišťování hospodářských potřeb jednotlivých členů. Družstvo musí mít minimálně pět členů. Výjimku tvoří situace, kdy jsou členy družstva dvě právnické osoby. (Bartková, 2006, S. 26-33)



### 2.6.1 Volba právní formy podnikání

Rozhodnutí o právní formě podnikání musí učinit každý podnikatel sám. Toto rozhodnutí je ovlivněno několika faktory, mezi které patří především: (Synek et al., 2007, s. 25-32)

1. podnikatelské riziko;
2. počáteční nároky na kapitál;
3. pravomoc k řízení podniku;
4. počet zakládajících členů;
5. podíl na zisku, popř. ztrátě;
6. administrativa spojená se založením podniku a výdaje související se založením a provozováním podniku;
7. možnosti získání financí;
8. rozsah daňových povinností;
9. zveřejňovací povinnost.

### 3 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU

V Evropě existovalo nepřehledné množství druhů cestovního ruchu. Nejvíce využívanými byly letní dovolené v přírodě, alpské lyžování, alpinismus, poutní cesty apod. S růstem počtu účastníků cestovního ruchu rostly i nároky na poskytované služby. Zvyšovalo se množství ubytovacích zařízení, stejně jako kvalita obsluhy.

Samotný pojem cestovní ruch, jak ho nyní chápeme, vznikl v 19. století. Jak uvádí Parmová (2003), v současnosti se pod tímto pojmem rozumí zejména pobyt mimo místo stálého bydliště za účelem odpočinku, návštěvy přírodních a kulturních památek, sportu apod.

Služby v cestovním ruchu se vyznačují několika specifickými vlastnostmi:

- jejich plnění je zpravidla vázáno na určité místo;
- jsou závislé na čase;
- jsou komplexní – zajišťuje je několik absolutně odlišných subjektů;
- jsou nahraditelné;
- částečně jsou závislé na včasnosti jejich zajištění;
- poptávka po službách je závislá na místě a čase jejich realizace;
- na trhu služeb je uplatňováno rozdělení do segmentů.

Nejen na služby v cestovním ruchu působí velké množství faktorů, které rozlišujeme podle různých hledisek. Z územního hlediska rozlišuje Staňková (2007) následující faktory, které na služby působí:

- demografické – migrace obyvatelstva, růst životní úrovně, stárnutí obyvatelstva atd.
- sociální – vzdělanost obyvatelstva, změny životního stylu, postavení žen ve společnosti apod.
- ekonomické – rozvoj turismu, příchod nových investorů ze zahraničí atd.
- politické – růst vládního sektoru, rozvoj právnických služeb apod.

### 3.1 Klasifikace služeb podle odvětvové klasifikace ekonomických činností (OKEČ)

Důvodem pro zpracování odvětvové klasifikace ekonomických činností byla potřeba kategorizovat údaje související s podnikatelským subjektem. V souvislosti s plánovaným vstupem České Republiky do Evropské Unie bylo rozhodnuto, že připravovaná OKEČ bude plně kompatibilní se statistickou klasifikací ekonomických činností Evropských společností – NACE. Celý systém klasifikace OKEČ je tedy zpracován podle pravidel závazných pro odvětvovou klasifikaci ve státech Evropské Unie.

Do odvětvové klasifikace ekonomických činností jsou zahrnuty všechny činnosti vykonávané ekonomickými subjekty. Činnost je specifikována kombinací výrobní techniky, práce, informační sítě, materiálů a výrobků. Výsledkem činnosti jsou specifické výrobky nebo služby. Jednotlivé položky OKEČ zahrnují homogenní činnosti na daném stupni třídění. V OKEČ je možné zařadit nejen velké hospodářské a společenské organizace, ale i drobné podnikatele, státní správy, vlády i místní samosprávy.

Některé subjekty provozují více než jednu ekonomickou činnost. Z této skutečnosti vychází členění OKEČ na OKEČ převažující a OKEČ kompletní. **OKEČ převažující** zahrnuje činnosti, které podnikatelské subjekty provozují jako hlavní předmět činnosti. Vedlejší činnosti subjektu nejsou v této klasifikaci zohledněny. **OKEČ kompletní** pak zahrnuje všechny ekonomické činnosti podnikatelského subjektu bez ohledu na to, zda se jedná o činnost hlavní nebo vedlejší. (Cimler et al., 2001, s. 35-37)

#### 3.1.1 Zařazení penzionů do klasifikace OKEČ

Činnost penzionů je v klasifikaci OKEČ zařazeno do následující oblasti a třídy:

Oblast H:	UBYTOVÁNÍ A STRAVOVÁNÍ
Třída 55.10	Hotely a podobná ubytovací zařízení
55.10 9	Ostatní podobná ubytovací zařízení

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 PRŮZKUM TRHU

K získání informací potřebných pro vytvoření životaschopného podnikatelského plánu je nutné zjistit aktuální situaci na trhu, kam chce podnikatel situovat své budoucí podnikání. Důležitými informacemi jsou důvody zájmu o služby poskytované v penzionech. Dále pak informace o vývoji konkurence, o konkurenci současné, o cenách, za které poskytují své služby a o počtu hostů v jednotlivých typech ubytovacích zařízení. V neposlední řadě je třeba, kromě dodavatelů potřebného vybavení a zásob, zvolit zejména vhodnou právní volbu budoucího podnikání.

### 4.1 Důvody zájmu v oblasti služeb – ubytování – penziony

Cílem je zjistit důvody zájmu o ubytování v penzionech, jaké mají zákazníci požadavky na umístění penzionu a na služby, které bude poskytovat. Po vyhodnocení zjištěných informací pak posoudit, zda nabídka nového podniku odpovídá poptávce a očekáváním potenciálních zákazníků.

Pro vyhodnocení požadavků a očekávání potenciálních zákazníků daného trhu, včetně zákazníků, kteří již využívají služeb konkurence, je třeba provést průzkum trhu. Znalost podmínek na trhu je základním předpokladem pro úspěšnou konkurenceschopnost nově založeného podniku.

K provedení průzkumu trhu byl použit dotazník přiložený v příloze č. P I, přičemž oblastí pro průzkum bylo, na základě výsledku analýz, zvoleno okolí Litoměřic. S dotazníky byli respondenti osloveni prostřednictvím informačních center v okrese Litoměřice. Celkem bylo rozmístěno 500 dotazníků a získáno bylo 327 vyplněných. Návratnost dotazníků byla tedy 65,4%. Získaný vzorek je pokládán za dostatečný pro zjištění informací a vyvození závěrů potřebných k vytvoření podnikatelského plánu.

Úplné vyhodnocení dotazníků je přiloženo v Příloze č. P II.

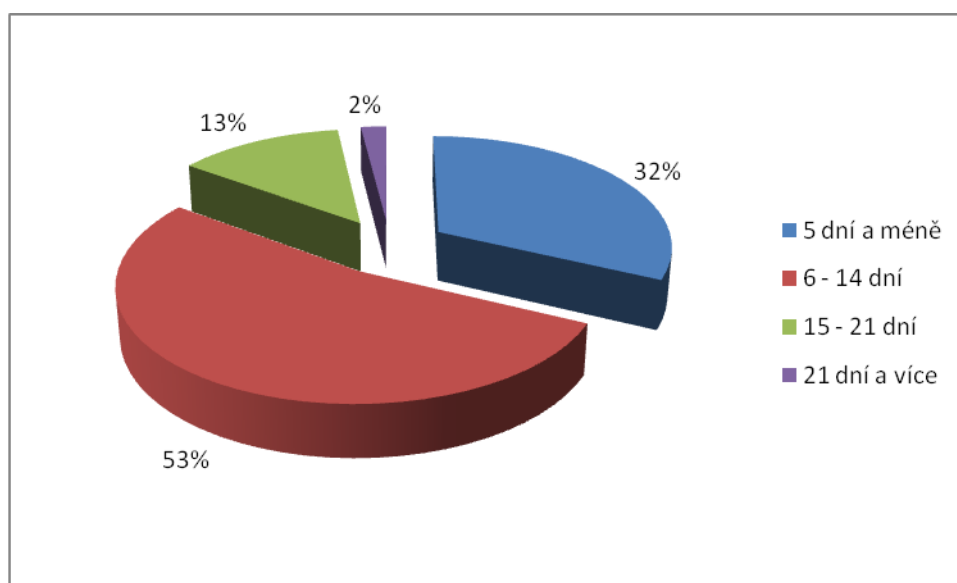
Při vyhodnocení dotazníků byly získány následující významné poznatky:

Otázka č. 5 zjišťovala, zda jsou respondenti spokojeni s aktuální nabídkou ubytování v Litoměřicích a okolí.

- Odpověď „ano“ označilo 71% respondentů,
- odpověď „ne“ označilo 29% respondentů.

Otázka č. 6: Kolik dní v roce obvykle využíváte služeb nějakého ubytovacího zařízení?

- Odpověď „5 dní a méně“ zadrželo 32% dotazovaných,
- odpověď „6 – 14 dní“ zadrželo 53% dotazovaných,
- odpověď „15 – 21 dní“ zadrželo 13% dotazovaných,
- odpověď „21 dní a více“ zadrželo 2% dotazovaný.



Obr. 4. Počet dní v roce, kdy respondenti využívají služby ubytovacích zařízení

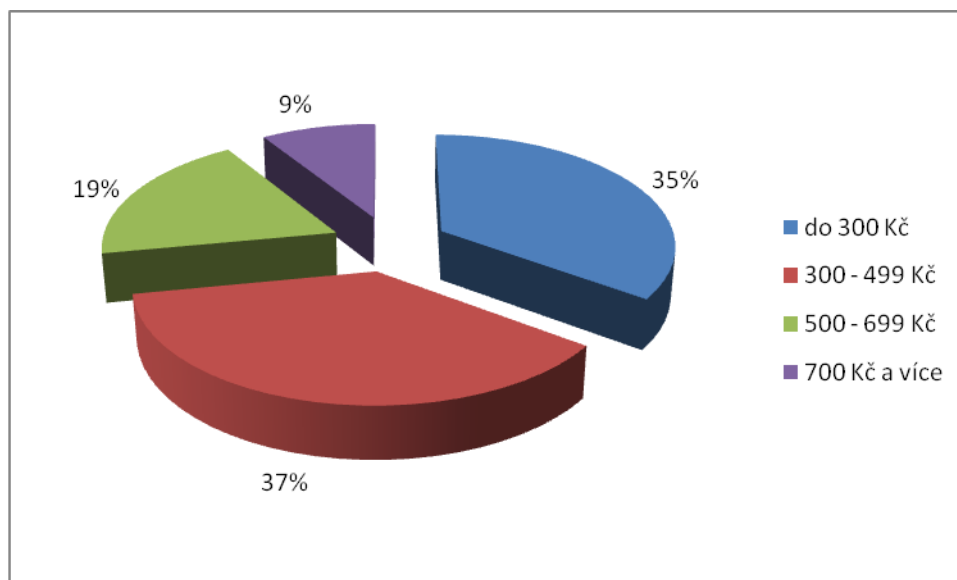
Z obrázku č. 4 vyplývá, největší počet respondentů využívá služeb ubytovacích zařízení 6 – 14 dní v roce. Výsledky z následující otázky č. 7 ukazují, že z většiny se jedná o respondenty, kteří ubytovací zařízení využívají jen pro soukromé účely. Lze tedy vyvodit, že tito respondenti využívají služeb ubytovacích zařízení v rámci své dovolené.

Otázka č. 7: Využíváte služeb ubytovacích zařízení v rámci svého zaměstnání?

- „Ano“ odpovědělo 16% respondentů,
- „Ne“ odpovědělo 84% respondentů.

Otázka č. 8: Jakou částku obvykle vydáváte za ubytování 1 osoby/noc?

- „do 300 Kč“ vydává 35% respondentů,
- „300 – 499 Kč“ vydává 37% respondentů,
- „500 – 699 Kč“ vydává 19% respondentů,
- „700 Kč a více“ vydává 9% respondentů.

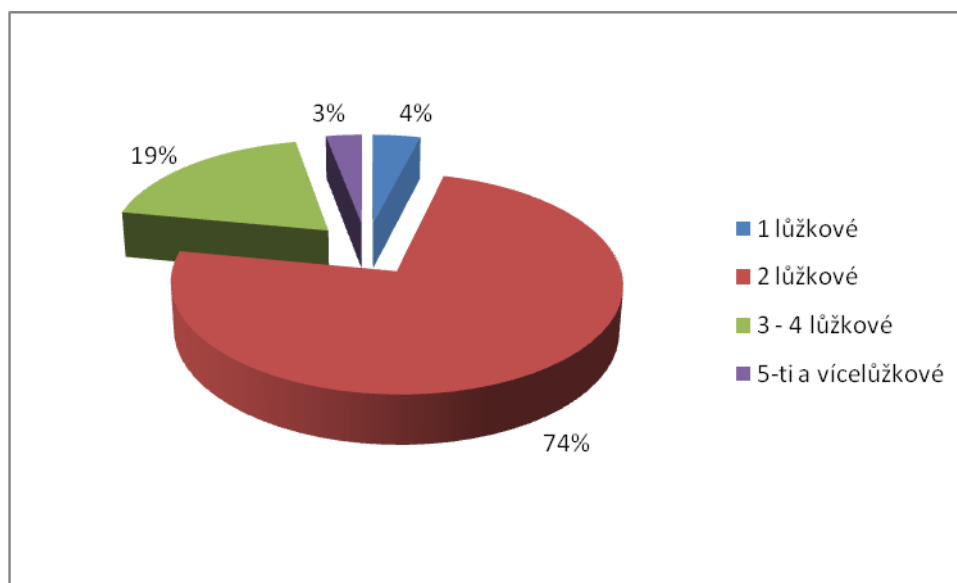


Obr. 5. Cena, kterou respondenti obvykle vydávají za osobu/noc

Z obrázku č. 5 vyplývá, že nejvíce respondentů preferuje ubytování v ceně do 499 Kč za osobu/noc se snídaní. Důvodem těchto preferencí je zejména skutečnost, že tuto oblast vyhledávají zejména turisté upřednostňující přírodní a kulturní zajímavosti před špičkovým komfortem ubytování nabízeným hotely.

Otázka č. 9: Jaké pokoje v ubytovacím zařízení upřednostňujete?

- „1 lůžkové“ zadržela 4% respondentů,
- „2 lůžkové“ zadrželo 74% respondentů,
- „3 – 4 lůžkové“ zadrželo 19% respondentů,
- „5-ti lůžkové a více“ zadržela 3% respondentů.



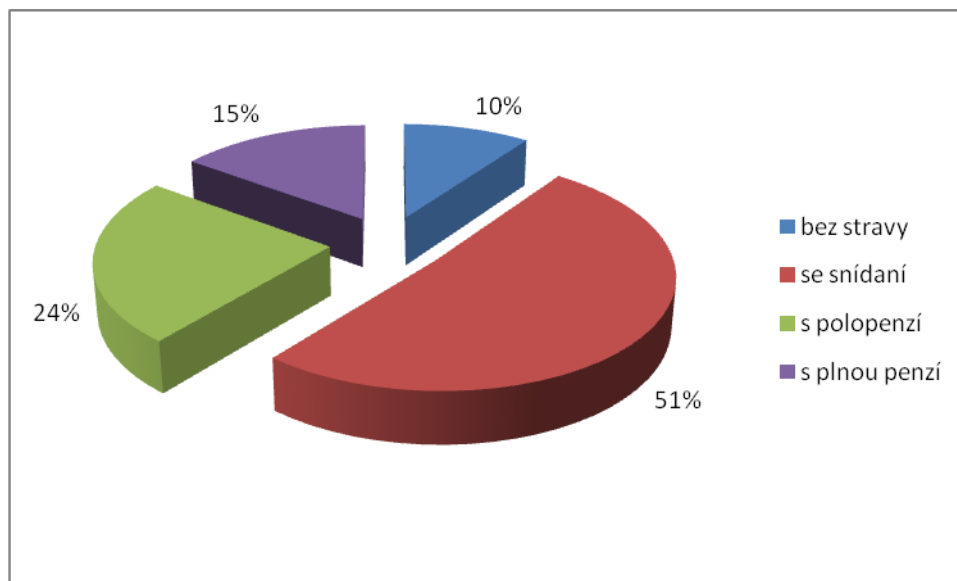
Obr. 6. Preferované kapacity pokojů

Respondenty jsou nejvíce preferované dvoulůžkové pokoje. Je tomu zejména proto, že dvoulůžkové pokoje využívají nejen manželé či páry bez dětí, ale také rodiny se staršími dětmi. Těmto dětem rodiče často objednávají samostatný pokoj, aby sami měli na dovolené více soukromí. 3-4 lůžkové pokoje pak využívají zpravidla rodiny s malými dětmi.

Otázka č. 10: Jakou formu stravování v rámci ubytování obvykle využíváte?

- Odpověď „bez stravy“ zadrželo 10% dotazovaných,
- odpověď „se snídaní“ zadrželo 51% dotazovaných,
- odpověď „s polopenzí“ zadrželo 24% dotazovaných,
- odpověď „s plnou penzí“ zadrželo 15% dotazovaných.





Obr. 7. Preferovaný typ stravování

Obrázek č. 7 potvrzuje již zjištěné preference respondentů. Většina přijíždí do litoměřického okresu za turistikou a nechtějí být vázáni konkrétním časem, kdy musí přijít na oběd či večeři. Ubytování bez stravy pak volí zpravidla respondenti, kteří si chtějí vařit sami. V takových případech bývá voleno ubytování s kuchyní, ať už společnou pro několik pokojů nebo s vlastní kuchyní pro každý pokoj. O plnou penzi projeví zájem zejména respondenti upřednostňující ubytování ve 3-4 lůžkových pokojích, u kterých lze předpokládat, že mají malé děti.

Otázka č. 12: Jste spokojen/a s nabídkou služeb v těchto ubytovacích zařízeních?

- Odpověď „ano“ označilo 69% respondentů,
- odpověď „ne“ označilo 31% respondentů. Jako důvody nespokojenosti byl uváděn zejména neprofesionální přístup personálu, sociální zařízení společné pro více pokojů nebo lůžkoviny nevhodné pro alergiky.

Otázka č. 13: Uvítal/a byste v Litoměřicích, popř. v jejich okolí, nový penzion?

- Odpověď „Ano“ zahrlo celkem 72% respondentů,  
67% z nich označilo v otázce č. 5 (zda jsou spokojeni s nabídkou ubytování v Litoměřicích a okolí) odpověď „Ano“, 33% respondentů označilo odpověď „Ne“.
- Odpověď „Ne“ zahrlo celkem 28% respondentů,  
78% z nich označilo v otázce č. 5 odpověď „Ano“, 22% respondentů označilo odpověď „Ne“.

Otázka č. 14: Jaké služby byste v novém penzionu uvítal/a?

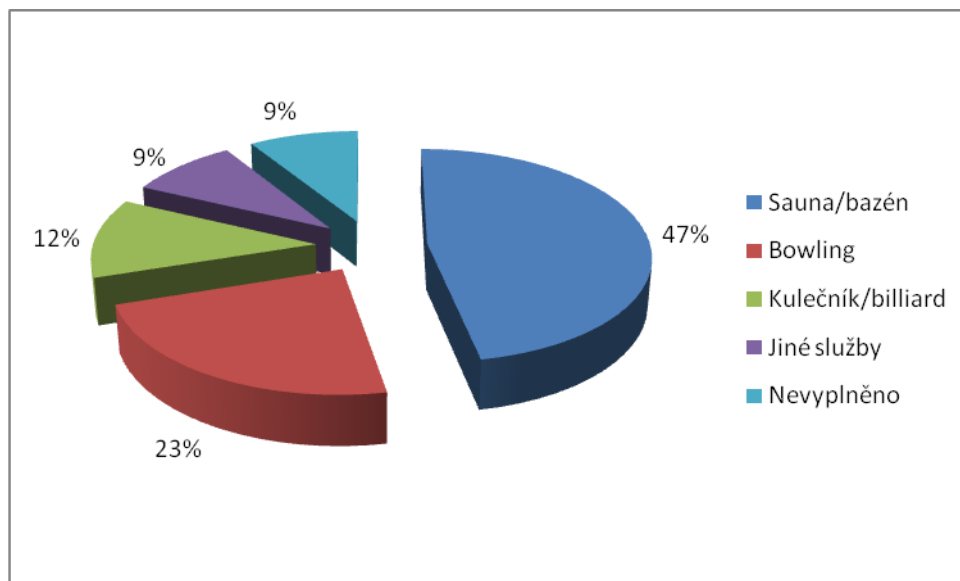
- Saunu/bazén by uvítalo 47% respondentů,
- bowling by uvítalo 23% respondentů,
- kulečnick/billiard by uvítalo 12% respondentů,
- jiné služby by uvítali 9% respondentů. Ti uváděli nejvíce následující služby:

: venkovní posezení,

: taneční parket,

: masáže,

: půjčovna kol.



Obr. 8. Upřednostňované služby v novém penzionu

Obrázek č. 8 částečně vyvrací závěry vyvozené z obrázku č. 7. Někteří respondenti, kteří jsou ochotni za ubytování zaplatit cenu do 499 Kč za osobu/noc, by uvítali možnost využití služeb sauny, bazénu či bowlingu, které mají vysoké náklady na provoz. Tyto služby by mohly být poskytovány jen za předpokladu, že nebudou určeny jen hostům penzionu a cena za jejich využití nebude zahrnuta do základní ceny ubytování.

#### **Závěr:**

- Z výsledků vyhodnocení dotazníků vyplývá, že o nový penzion v okrese Litoměřice je mezi dotazovanými potenciálními zákazníky zájem a to i přes to, že se současnou nabídkou ubytování v této oblasti jsou téměř tři čtvrtiny dotazovaných spokojené.
- Většina respondentů využívá ubytování v okrese Litoměřice pro soukromé účely, zpravidla na dovolené. Majitel tedy v recepci penzionu umístí informační letáky a prospekty o zajímavostech v okolí penzionu.
- Oblast Litoměřicka je vyhledávána zejména turisty, kteří chtějí poznat přírodní a kulturní zajímavosti okresu Litoměřice, a kteří nevyžadují pohodlí nabízené hotely.
- Respondenty je upřednostňováno ubytování ve 2 – 4 lůžkových pokojích se stravováním formou snídaně. Toto bude v penzionu také nabízeno.
- Po vyhodnocení zájmů respondentů o doplňkové služby bylo podnikatelem rozhodnuto, že v novém penzionu bude umístěn bowling a billiard.

## **4.2 Analýza prostředí**

Cílem analýzy je získání přehledu o vývoji a současné nabídce ubytování v penzionech v okrese Litoměřice, průměrné ceně nabízených služeb, možnosti vstupu nové konkurence, o dodavatelích, zákaznících a o riziku konkurence substitutů.

## Konkurence

Zjištění konkurence v řadách ubytovacích zařízení vyžaduje využití více zdrojů. Pro zjištění aktuální konkurence byly použity webové stránky Českého statistického úřadu, webové stránky Penziony.cz a stránky Turistické regiony ČR. Další informace byly zjišťovány z webových stránek konkurentů, popř. telefonickým dotazováním.

Z dat dostupných od Českého statistického úřadu byly zjištěny následující informace o vývoji počtu a kapacitách ubytovacích zařízení v letech 2005-2010 v turistickém regionu Severozápadní Čechy, do kterého patří okresy Chomutov, Most, Ústí nad Labem, Děčín, Louny a Litoměřice.

*Tab. 1. Přehled počtu ubytovacích zařízení nabízejících služby v turistickém regionu Severozápadní Čechy*

	celkem	hotely ****	hotely ***	hotely **	hotely *	hotely garni	pensiony	kempy	chatové osady	turistické ubytovny	ostatní jinde neuve- děná
2005	399	11	51	24	14	2	136	35	12	36	78
2006	384	11	52	26	13	2	134	33	12	31	70
2007	394	11	52	23	13	2	143	33	12	34	71
2008	391	11	52	22	12	3	140	33	12	37	69
2009	377	16	57	23	11	3	133	31	9	33	61
2010	327	16	55	18	6	2	112	27	8	29	54

Jak vyplývá z Tab. 1., celkový počet ubytovacích zařízení v turistickém regionu Severozápadní Čechy v posledních letech klesá. Výjimku tvoří 4-hvězdičkové hotely, které se dříve v České republice téměř nevyskytovali a v posledních letech se rozvíjejí a vznikají nová zařízení. Důvodem poklesu počtu ubytovacích zařízení jsou zpravidla rostoucí náklady na provoz zařízení a klesající průměrný počet hostů. Nárůst počtu ubytovacích zařízení byl zaznamenán v roce 2007, kdy celkový počet ubytovacích zařízení vzrostl, oproti roku 2006, v průměru o 2,6 %.

*Tab. 2. Přehled kapacit ubytovacích zařízení nabízejících ubytování v turistickém regionu Severozápadní Čechy*

	počet zařízení	počet pokojů	počet lůžek	počet míst pro stany a karavany
2005	399	7 320	19 405	2 763
2006	384	7 067	18 652	2 752
2007	394	7 169	18 891	2 772
2008	391	7 407	19 647	2 752
2009	377	7 197	19 243	2 328
2010	327	6 576	17 140	1 856

Také tabulka Tab. 2 potvrzuje klesající trend v počtu ubytovacích zařízení, který je znatelný v tabulce Tab. 1. V souvislosti s tímto poklesem klesá také počet pokojů v ubytovacích zařízeních, stejně jako počet lůžek v nich. Klesá také počet míst pro stany a karavany, a to i přes to, že se jedná zpravidla o nejlevnější typ ubytování.

Pro přesnější zjištění konkurence byla z ubytovacích zařízení v turistickém regionu Severozápadní Čechy vybrána zařízení nacházející se přímo v okrese Litoměřice. Celkový počet ubytovacích zařízení v tomto okrese je uveden v následující tabulce. Jako zdroj těchto informací byly použity internetové stránky Penziony.cz.

*Tab. 3. Přehled počtu ubytovacích zařízení v okrese Litoměřice*

	celkem	hotely	pensiony	kempy	ostatní jinde neuvedená
počet ubytovacích zařízení	56	18	17	4	17

V okrese Litoměřice tvoří penziony, dle použitých zdrojů, zhruba 30 % všech ubytovacích zařízení v této oblasti. Přibližně stejný podíl zaujímají hotely a ostatní, jinde neuvedená ubytovací zařízení. Přesto je, podle výsledků z dotazníků, stále zájem o nové ubytovací zařízení typu penzion v tomto okrese.

Přestože se v celém okrese Litoměřice, podle získaných informací, nachází celkem 56 ubytovacích zařízení, jsou tato často koncentrována v turisticky nejzajímavějších oblastech. Kdo se chce ubytovat v klidnější oblasti, naráží na nedostatečnou nabídku odpovídajícího ubytování. V několika lokalitách je tedy stále prostor pro nové ubytovací zařízení – penzion.

U ubytovacích zařízení, která se nachází v okrese Litoměřice, byl proveden průzkum cen za ubytování. Tento průzkum poskytl informace o průměrných cenách za přenocování v těchto zařízeních.

Při zjišťování cen za poskytované ubytování bylo počítáno s cenou za osobu/noc se snídaní. Ze získaných informací vyplynuly následující průměrné ceny:

- ubytování typu hotel – 1 140,- Kč,
- ubytování typu penzion – 735,- Kč,
- ubytování v kempech – 115,- Kč,
- ostatní typy ubytovacích zařízení – 411,- Kč.

Průměrná cena za ubytování v zařízení typu penzion je 735 Kč za osobu/noc se snídaní. To je také, dle mého názoru, jedním z důvodů pro klesající tendence v počtu penzionů v celém turistickém regionu Severozápadní Čechy.

Z analýzy vyplývá, že konkurence má v oblasti ubytování velký vliv. V jednotlivých kategoriích typů ubytovacích zařízení jsou poskytované služby na obdobné úrovni. Jednotlivá ubytovací zařízení od sebe odlišují zejména doplňkové služby, které jsou jednotlivými konkurenty poskytovány.

### **Zákazníci**

Žádný podnik služeb se neobejde bez zákazníků. Nově založený penzion, kterého se tento projekt týká, je určen pro zákazníky všech věkových kategorií. Z toho důvodu byly, pro zjištění vývoje návštěvnosti v regionu Severozápadní Čechy, využity statistiky uveřejněné na webových stránkách Českého statistického úřadu.

*Tab. 4. Přehled návštěvnosti v ubytovacích zařízeních v turistickém regionu Severozápadní Čechy*

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Počet hostů	388 784	392 388	376 140	366 530	335 939	289 528
Počet přenocování	1 273 212	1 264 708	1 245 705	1 126 856	977 086	876 807

Z uvedeného přehledu vyplývá, že v celém turistickém regionu Severozápadní Čechy postupně klesá počet hostů a v závislosti na něm také počet přenocování. Důvodem tohoto poklesu je zřejmě neúplná nabídka ubytovacích služeb v tomto regionu. V letech 2005 – 2011 zaniklo množství ubytovacích zařízení. Pravděpodobnou příčinou je cena nabízeného ubytování. Hosté hledající ubytování v ceně do 500,- Kč za osobu/noc zpravidla nenajdou zařízení poskytující za tuto cenu požadovanou úroveň služeb.

Zákazníci mají téměř ve všech tržních oblastech na daný segment velký vliv. V oblasti poskytování služeb ubytování a stravování je však tento vliv ještě znatelnější. Na spokojenosti zákazníků s poskytovanými službami a zejména s jejich kvalitou souvisí konkurenceschopnost a životaschopnost každého podniku.

### **Dodavatelé**

Při výběru dodavatelů jsou rozhodujícími faktory kvalita dodávaného zboží, cena, rychlost dodání a dodací podmínky, přičemž pro zajištění chodu penzionu je třeba zajistit dodavatele lůžkovin, ručníků a dalších textilií, dodavatele nápojů, prádelnu, která bude zajišťovat praní textilií, a zdroj potravin a čisticích prostředků.

Důležitým kritériem pro výběr dodavatele lůžkoviny je jeho schopnost dodat lůžkoviny antialergenní, které jsou hosty stále častěji požadovány. V dnešní době však tuto podmínku splňuje většina firem na trhu. Rozhodující tedy bude komplexnost nabízeného zboží. Mezi firmami, které na českém trhu působí, nabízí komplexní služby (lůžkoviny i textil potřebný pro chod penzionu) firma Textil 4 Hotels z Frýdku-Místku. Ta vyrábí a prodává veškerý hotelový textil nejen ve standardních rozměrech.

Volba partnera pro dodávání nápojů bude ovlivněna především rychlostí dodání. Ceny se u těchto dodavatelů pohybují přibližně na stejné úrovni. Liší se jen přehledností nabídky a rychlostí dodání objednaného zboží. Výhodu dodavatele může tvořit zejména internetový obchod s informacemi o možném termínu dodání, popř. skladových zásobách. Pro snížení přepravních nákladů je také důležitá vzdálenost distribučního skladu od provozovny. Po zvážení všech faktorů bylo budoucím podnikatelem rozhodnuto, že dodavatelem nápojů bude firma JIP východočeská, a.s. ze Starého Hradiště, přičemž objednávky budou realizovány u pobočky v Mostě.

V neposlední řadě je třeba zajistit prádelnu. Toto rozhodnutí bylo ovlivněno dvěma kritérii. Byla jimi vzdálenost prádelny od provozovny a cena poskytovaných služeb. Po porovnání nabídek několika prádelen a srovnáním cen jejich služeb se vzdáleností od provozovny byla jako nejvýhodnější shledána nabídka Prádelny Štětí, a.s.

Potraviny pro kuchyň a na bar, stejně jako čisticí prostředky, budou podnikatelem pořizovány ve velkoobchodu Makro.

Samotní dodavatelé mají na tento tržní segment malý vliv. Kvalita dodavatele se však odráží na celkové spokojenosti zákazníka v ubytovacích zařízeních. Je na provozovateli každého zařízení, aby se vyvaroval spolupráce s dodavateli, kteří dodávají nekvalitní zboží (potraviny, nápoje atd.) či služby.

### **Substituty**

V oblasti poskytování služeb v penzionu existuje množství substitutů. Jsou jimi hotely, ubytovny a kempy v nejbližším okolí. Tato zařízení poskytují také služby v oblasti ubytování, každé však poskytuje odlišnou úroveň a doplňkové služby, které jsou dnes významným faktorem při volbě konkrétního ubytovacího zařízení. Mezi zmíněné faktory patří např. nabízené volnočasové aktivity. Otázkou zůstává kvalita poskytovaných služeb. Služby, které podniky nabízejí, nebývají vždy, v porovnání s uhrazenou cenou za službu, na zákazníkem požadované úrovni.



Na ubytování v penzionech mají substituty středně velký vliv. K substitutům se zákazníci uchylují zejména ve chvílích, kdy nabídka penzionů v dané oblasti nenaplnila jejich očekávání nebo kdy nejsou spokojeni s kvalitou či cenou poskytovaných služeb.

### **Závěr:**

Z výsledků provedené analýzy vyplývá, že v počtu ubytovacích zařízení i v počtu hostů těchto ubytovacích zařízení převládá v posledních letech sestupný trend. Pokles počtu ubytovacích zařízení v okrese Litoměřice však zároveň znamená uvolnění prostoru pro vstup nového podniku do odvětví. Oblast je turisticky zajímavá a zároveň je tu dobrý přístup ke všem potřebným službám dodavatelů.

Na základě těchto informací bylo rozhodnuto, že nový penzion bude situován v okrese Litoměřice. Rozhodnutí bylo učiněno na základě následujících kritérií:

- počet konkurentů,
- průměrné ceny za ubytování u konkurentů,
- naplněnost kapacit současných konkurentů,
- počet hostů, potenciálních zákazníků, a jejich přenocování v ubytovacích zařízeních v turistickém regionu Severozápadní Čechy,
- dostupnost služeb dodavatelů.

### **4.3 Analýza právní formy podnikání**

Cílem této analýzy je zvolit vhodnou právní formu. Nově vzniklý podnik bude patřit mezi podniky malé. Směrnice EU označuje malým podnikatelem takového podnikatele, který má méně než 50 zaměstnanců a přepočtená aktiva nebo obrat společnosti nepřesáhne 10 mil. EUR.

Právní formu je třeba zvolit ještě před zahájením podnikání. V průběhu podnikání ji však lze změnit na takovou právní formu, která lépe vyhovuje aktuální situaci podnikání.

Zakládáný podnik bude mít jen 1 společníka – samotného zakladatele. Záleží tedy jen na něm, pro jakou právní formu se rozhodne.

Zakladatel má na právní formu podnikání následující požadavky:

1. Založit fyzickou nebo právnickou osobu
2. Počet zakladatelů – 1
3. Co nejmenší riziko spojené se způsobem a rozsahem ručení za závazky podniku
4. Základní kapitál vložený do podnikání nejvýše 100 000,- Kč
5. Minimální administrativní náročnost a výdaje spojené se založením podniku
6. Co nejvyšší podíl na zisku

Vzhledem ke skutečnosti, že hostinská činnost je živností řemeslnou, není možné podnikat jinak než na základě živnostenské oprávnění. Podle § 63 odst. 1 písm. b) Zákona č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, se právnická osoba provozující činnost, která je předmětem řemeslné živnosti, dopustí správního deliktu, za který může být, dle § 63 odst. 2 písm. b) Zákona č. 455/1991 Sb., uložena pokuta ve výši až 750 000 Kč.

Zakladatelem bylo rozhodnuto, že nový podnik služeb bude fyzickou osobou podle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů. Předmětem činnosti bude hostinská činnost s poskytováním ubytování.

Právní forma podnikání byla zvolena na základě požadavků zakladatele a zákonných norem, které upravují danou činnost podnikání. Po vyhodnocení všech kritérií bylo zvoleno podnikání na základě živnostenského oprávnění.

#### 4.4 Závěry z kapitoly 4

- O nové ubytovací zařízení v okrese Litoměřice je mezi dotazovanými zájem. Nový penzion má tedy své potenciální zákazníky a to i přes to, že se stávající nabídkou ubytování v tomto okrese je většina dotazovaných spokojena. (viz. analýza str. 36 a 39)
- Nejvíce potenciálních zákazníků využívá služeb nějakého ubytovacího zařízení mimo rámec svého zaměstnání. Zpravidla navštíví předmětnou oblast v rámci své dovolené a největší zájem je tedy o týdenní pobyty. (viz. analýza str. 36 a 37)
- Respondenti pochází většinou ze střední, popř. nižší příjmové skupiny. Tato skutečnost byla odvozena od ceny ubytování, kterou většina respondentů zpravidla vynakládá. (viz. analýza str. 37)
- Z doplňkových služeb projevilo nejvíce dotazovaných zájem o saunu, popř. bazén. Vzhledem k nákladnosti provozu těchto služeb bylo podnikatelem rozhodnuto, že v novém penzionu bude umístěn bowling a billiard. (viz. analýza str. 40 – 41)
- Celkový počet ubytovacích zařízení v okrese Litoměřice, včetně počtu penzionů, v posledních letech klesá. Výjimkou jsou 4-hvězdičkové hotely, jejichž počet mírně vzrostl. V souvislosti s poklesem počtu ubytovacích zařízení klesá také počet pokojů a počet lůžek. Pokles počtu ubytovacích zařízení tedy souvisí zejména s poklesem počtu hostů, u penzionů pak má značný vliv cena ubytování. (viz. analýza str. 42 – 44)
- Na základě provedené analýzy právní formy podnikání bylo podnikatelem rozhodnuto, že nový podnikání bude realizováno na základě živnostenského oprávnění. (viz. analýza str. 47 – 48)

## 5 ZHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ ANALÝZ

Z provedených analýz byly vyvozeny tyto závěry:

- Umístění nového penzionu bylo zvoleno na základě dotazníkového šetření, z něhož vyplynulo, že o nový penzion je ve výše uvedené oblasti mezi respondenty zájem.
- Hlavním důvodem, proč chtějí potenciální zákazníci využít služeb ubytovacích zařízení, jsou, kromě možnosti krátkodobého ubytování v cílové oblasti, nabídka doplňkových služeb. Z těch bude nový penzion nabízet bowling a billiard.
- Co se týká typu pokojů v ubytovacím zařízení, největší zájem je mezi dotazovanými o pokoje se 2 lůžky a o pokoje se 3-4 lůžky. Tyto typy pokojů budou také podnikatelem nabízeny. Z poloviny kapacity budou pokoje dvoulůžkové, druhá polovina bude rozdělena na 3-lůžkové a 4-lůžkové pokoje v poměru 3:4. Všechny pokoje budou mít vlastní sociální zařízení.
- Podnikatelem bylo tedy rozhodnuto, že základní ubytování bude poskytováno se snídaní, jejíž cena bude započítána v ceně ubytování. Večere bude možné dokoupit po příjezdu do penzionu. Stravování formou plné penze nebude v penzionu poskytováno.

Analýzou právní formy podnikání pak bylo zjištěno, že nejvhodnějším typem právní formy podnikání je živnostenské oprávnění.

Po vyhodnocení výsledků analýz byly projektu navrženy následující výstupy:

1. Založit fyzickou osobu podnikající na základě živnostenského oprávnění podle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů, a dle zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
2. Vypracovat konkretizovaný předmět činnosti, plán zajištění příslušného majetku a personálu a plán podpory prodeje nabízených služeb.
3. Zhotovit kompletní zakladatelský rozpočet s plánovými výkazy na příští tři roky. Dále je potřeba vypracovat rizikové faktory projektu založení Penzionu U kocoura.

## 6 PROJEKT ZALOŽENÍ PODNIKU SLUŽEB – UBYTOVACÍHO ZAŘÍZENÍ – PENZIONU

### 6.1 Cíle projektu

Cílem projektu je zpracování podnikatelského plánu pro založení nového ubytovacího zařízení – penzionu – v okrese Litoměřice.

Posláním nového podniku bude uspokojování potřeb a přání zákazníků v oblasti ubytování, stravování a v určité míře také v oblasti volnočasových aktivit.

**Krátkodobým cílem podniku** je především úspěšně vstoupit na trh daných služeb a získat konkurenceschopnost vůči ostatním subjektům na trhu. Tohoto cíle lze dosáhnout splněním následujících kroků:

- získat spokojené zákazníky a dosáhnout dobré pověsti podniku,
- v prvních letech si udržet vyrovnaný rozpočet a postupně dosahovat zisku,
- spolupracovat s dodavateli kvalitních lůžkovin, ručníků, utěrek, nápojů a dalších služeb, které budou pro provoz podniku nezbytné,
- hradit včas závazky související s předmětem činnosti.

**Dlouhodobým cílem podniku** pak je:

- zachovat kvalitu poskytovaných služeb a v rámci možností ji nadále zlepšovat,
- udržet si konkurenceschopnost, které bylo dosaženo,
- za dodržování zásad poctivého podnikání dosáhnout maximálního zisku,
- vyjednáváním s dodavateli sjednat výhodnější podmínky při poskytování jejich služeb,
- uspokojovat potřeby a očekávání zákazníků tak, aby se vždy rádi vraceli,
- neposkytovat služby, které by snižovaly celkovou kvalitu poskytovaných služeb ubytování, stravování a volnočasových aktivit - bowlingu a billiardu.

## 6.2 Lokalizace Penzionu U kocoura

Nové ubytovací zařízení – penzion – bude umístěno v okrese Litoměřice. Na základě provedené analýzy konkurence byla zvolena obec Libochovice.

Sídlo podniku bude na adrese:

Riegrova 278, 411 17 Libochovice

Toto sídlo bude jediným místem, kde budou služby podnikatelem poskytovány.

Budova sídla bude pořízena na základě Kupní smlouvy.

## 6.3 Založení živnosti

Pro získání živnostenského oprávnění je pro podnikatele závazný § 20 - § 22 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů – živnosti řemeslné a odborná způsobilost.

Pro získání živnostenského oprávnění předloží podnikatel následující doklady:

- výpis z rejstříku trestů pro doložení bezúhonnosti,
- potvrzení o bezdlužnosti z příslušného finančního úřadu (podnikatel už dříve živnostenské oprávnění vlastnil),
- doklad o řádném ukončení rekvalifikace,
- doklad o vykonání roční praxe v oboru.

Po předložení těchto dokladů bude u Živnostenského úřadu registrována tato fyzická osoba:

Podnikatel: Pavel Dušek

Místo podnikání: Riegrova 278, 411 17 Libochovice

Živnostenské oprávnění bude podnikatel vyřizovat na Živnostenském úřadě v Litoměřicích. Po získání Identifikačního čísla (IČ) musí na finančním úřadě podat přihlášku k registraci poplatníka daně z příjmů fyzických osob a u zdravotní pojišťovny a Okresní zprávy sociálního zabezpečení ohlásit živnost a malé firmy pro platby zdravotního pojištění a sociálního zabezpečení za zaměstnance.

### **Předmět činnosti**

Právní formou podniku je živnostenské oprávnění. Hlavním předmětem podnikání, na jehož základě bude podnikatel svou činnost provozovat, je hostinská činnost, která patří pod živnosti řemeslné. Tato činnost bude doplněna o poskytování ubytování v penzionu.

## **6.4 Typy ubytování a stravování**

Nový penzion bude mít celkovou kapacitu 30 lůžek. Ta budou na pokojích rozdělena následovně:

- 2 lůžkové pokoje – kapacita 16 lůžek,
- 3 lůžkové pokoje – kapacita 6 lůžek,
- 4 lůžkové pokoje – kapacita 8 lůžek.

Všechny pokoje budou mít vlastní sociální zařízení.

Ubytovaný zákazník si bude moci vybrat z následujících typů stravování:

- ubytování se snídaní – cena snídaně bude započítána v ceně ubytování,
- ubytování s polopenzí – večeře bude možné přiojednat po příjezdu.

Kromě stravování pro hosty penzionu budou nabízena také obědová menu pro širokou veřejnost. V restauraci budou vyhrazeny prostory pro hosty penzionu. Toto opatření má předejít situaci, kdy by restaurace byla plně obsazena veřejností a kapacita nestačila pro ubytované hosty.

## 6.5 Zajištění materiálu

Podnikání v oblasti ubytování a stravování vyžaduje odpovídající vybavení nejen samotných pokojů pro hosty a restaurace, ale také kuchyně a zázemí pro majitele a personál.

### 6.5.1 Vybavení budovy

V nemovitosti, která bude pro podnikání zakoupena, jsou již všechny prostory, včetně kuchyně a restaurace, nábytkem a spotřebiči plně vybaveny. Nemovitost byla již dříve využívána pro provoz ubytovacího zařízení. Aby bylo možné zahájit podnikání, bude třeba doplnit následující vybavení:

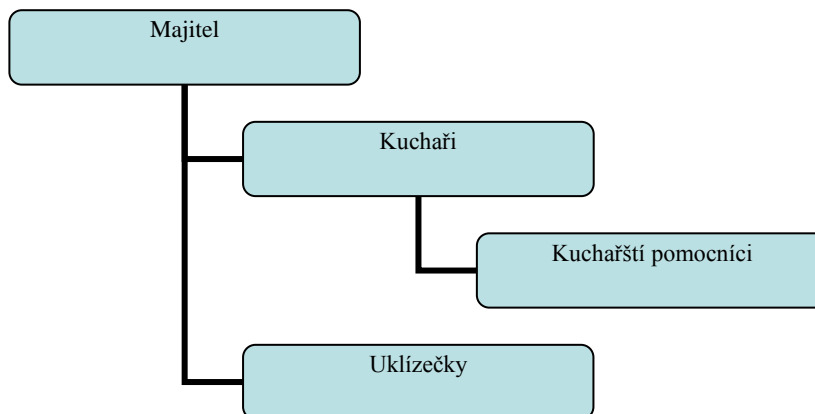
- lůžkoviny pro 30 postelí + 10 lůžkovin jako rezerva,
- ložní prádlo pro 30 postelí – pro každou postel 10 sad,
- hotelové osušky a ručníky – pro každou postel po 10-ti kusech,
- pracovní ručníky a utěrky – po 42-ti kusech,
- ubrusy – 40 kusů,
- záclony – 40 kusů,
- koupelnové podložky – 40 kusů,
- nápoje do restaurace,
- slané a sladké chuťovky na bar do restaurace,
- potraviny na vaření do kuchyně.



## 6.6 Zajištění personálu

Provoz penzionu bude zajištěn vlastními zaměstnanci na základě pracovních smluv. Jedinou činností, která bude zajišťována externě, je vedení účetnictví.

### 6.6.1 Organizační struktura podniku



Obr. 9. Organizační struktura podniku

Jednotliví pracovníci budou mít následující pracovní smlouvy a náplň práce.

- Majitel – bude odpovídat za celý chod podniku. Ve spolupráci s manželkou bude zastávat následující pozice:
  - provozní – bude dohlížet na chod celého podniku a zajišťovat dostatek zásob pro jeho provoz,
  - recepční – bude zajišťovat zápis nově příchozích hostů, rozdělování pokojů a bude dbát na pohodlí ubytovaných.
  - obsluha v restauraci,
  - obsluha u doplňkových služeb.
- Kuchyňský personál
  - kuchař – budou přijati 2 zaměstnanci na plný úvazek ve směnném provozu.
  - Zaměstnání budou na hlavní pracovní poměr s pracovní dobou od 7:00 do 19:00.

- kuchařský pomocník – budou přijati 2 zaměstnanci na plný úvazek ve směnném provozu. Zaměstnání budou rovněž na hlavní pracovní poměr s pracovní dobou od 7:00 do 19:00.
- Uklízečky – budou přijati 2 zaměstnanci na poloviční úvazek ve směnném provozu. Zaměstnání budou na hlavní pracovní poměr s pracovní dobou od 10:00 do 14:00.

Všichni zaměstnanci obdrží smlouvu na dobu určitou na jeden rok s možností prodloužení poprvé na jeden rok, podruhé na neurčito.

## 6.7 Marketingový plán

Marketingový plán specifikuje strategii podniku v oblasti prosazení se na trhu, zejména v době vstupu společnosti na nový trh. Vzhledem ke skutečnosti, že většina respondentů a potenciálních zákazníků je v produktivním věku, budou část hostů nového penzionu tvořit rodiny s dětmi. V penzionu tedy bude možné pro děti do 3 let za vratnou kaucí 1000,- Kč zapůjčit dětskou postýlku včetně ložního prádla a povlečení. Při odjezdu bude tato kauce vrácena. Cena ubytování dětí do 3 let bude 50% z ceny ubytování, za ubytování dětí do 15-ti let pak bude cena 70% z ceny ubytování. Dále budou v restauraci k dispozici 2 dětské jídelní židličky.

Z volnočasových aktivit bude možné, kromě bowlingu a billiaru, zajistit také vyjížďky na koních.

Součástí marketingového plánu dále je:

### 1. Vytvoření informačních materiálů

Informační materiály budou mít podobu letáků. Ty budou distribuovány do informačních center a turistických cílů v okrese Litoměřice.

Materiály budou obsahovat následující informace:

- stručná nabídka ubytovacích služeb,
- stručná nabídka stravovacích služeb,
- nabídka doplňkových služeb,
- kontaktní údaje,

- fotografie exteriéru.

Letáky a vizitky budou umístěny v následujících informačních centrech:

- Informační centrum Litoměřice,
- Informační centrum Lovosice,
- Informační centrum Roudnice nad Labem,
- Informační centrum Libochovice,
- Informační centrum Štětí.

## 2. Vytvoření webových stránek

V době informačních technologií jsou webové stránky základní formou propagace, bez kterých se v dnešní době podnik neobejde. Stránky Penzionu U kocoura budou zpracovány externí firmou.

Adresa nově vytvořených webových stránek bude „[www.penzionukocoura.cz](http://www.penzionukocoura.cz)“.

Jejich součástí budou následující informace:

- nabídka ubytovacích služeb,
- nabídka stravování pro ubytované,
- nabídka obědových menu pro ubytované a veřejnost,
- ceník ubytování v jednotlivých typech pokojů,
- nabídka doplňkových služeb nejen pro ubytované hosty,
- nabídka zajištění projížďky na koni,
- kontaktní údaje Penzionu U kocoura,
- fotografie exteriéru,
- fotografie interiéru,
- možnosti využití volného času v Libochovicích a okolí,
- online rezervace.

### 3. Registrace do katalogů a reklama

Webové stránky Penzionu U kocoura budou zaregistrovány do následujících katalogů.

Katalog **e-Chalupy.cz** umožňuje registraci ubytovacích zařízení. Ta jsou pak prezentována na stránkách [www.e-chalupy.cz](http://www.e-chalupy.cz). Výhodami tohoto katalogu jsou:

- roční poplatek za registraci v rozmezí 380 – 780,- Kč (výše poplatku se odvíjí od dodatečně zvolených služeb),
- nulové provize za zprostředkování ubytování,
- vysoká návštěvnost stránek,
- prezentace v katalogu je optimalizována pro vyhledávače.

**Zaregistrujeme.cz** je služba, která za jednorázový poplatek zaregistruje webové stránky podnikatele do nabízených katalogů, mezi kterými jsou například katalogy seznam.cz, najisto.cz apod. Výše poplatku se odvíjí od množství katalogů, do kterých bude chtít podnikatel svůj web zaregistrovat.

Vyhledávání v katalogích bude realizováno na základě zvolených klíčových slov. Např. ubytování v Libochovicích, ubytování v Českém středohoří, Penzion U kocoura apod.

Reklama pak bude vložena na stránky [www.ceskestredohori.cz](http://www.ceskestredohori.cz), kde bude uvedena fotografie a kontakt na podnikatele včetně e-mailu a odkazu na webové stránky Penzionu U kocoura. Cena této reklamy je 500,- Kč/rok.

### 4. Nabídka denního menu

Před restaurací bude vždy v době od 10:00 do 15:00 umístěn stojan s nabídkou denního menu. V této době budou také obědová menu podávána. Jiná možnost stravování nebude veřejnosti nabídnuta.

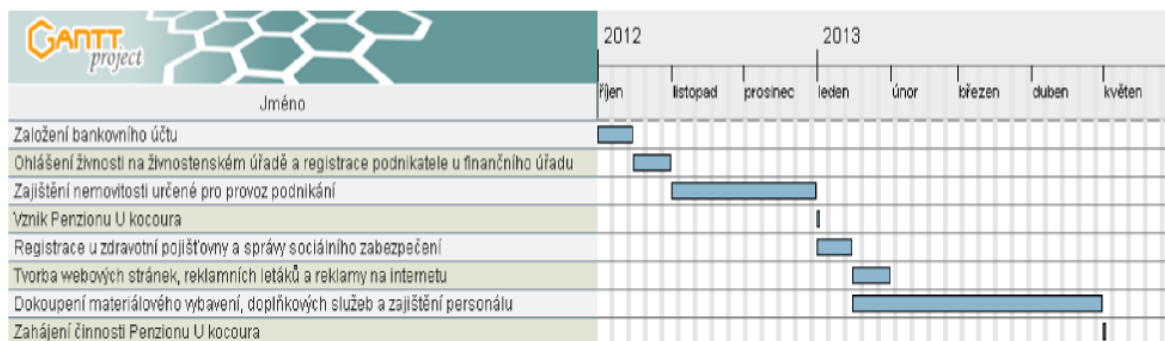
## 6.8 Harmonogram realizace

Časový harmonogram obsahuje všechny důležité cíle a mezníky, které jsou podnikatelem při založení Penzionu U kocoura brány v úvahu. Pro přehlednost byl harmonogram činností znázorněn do Ganttova diagramu. Jednotlivé činnosti související s realizací projektu budou prováděny dle následujícího harmonogramu:

Tab. 5. Přehled činností při založení podniku

<b>Založení Penzionu U kocoura</b>	
1. polovina října 2012	Založení bankovního účtu
2. polovina října 2012	Ohlášení živnosti na živnostenském úřadě a registrace podnikatele u finančního úřadu
1. polovina listopadu 2012 – 2. polovina prosince 2012	Zajištění nemovitosti určené pro provoz podnikání
1. polovina ledna 2013	Registrace u zdravotní pojišťovny a správy sociálního zabezpečení
<b>1. ledna 2013</b>	<b>Vznik Penzionu U kocoura</b>
1. polovina ledna 2013	Registrace u zdravotní pojišťovny a správy sociálního zabezpečení
2. polovina ledna 2013	Tvorba webových stránek, reklamních letáků a reklamy na internetu
2. polovina ledna 2013 – 2. polovina dubna 2013	Dokoupení materiálového vybavení, doplňkových služeb a zajištění personálu
<b>1. května 2013</b>	<b>Zahájení činnosti Penzionu U kocoura</b>

Časový harmonogram činností vedoucích k založení a zahájení činnosti Penzionu U kocoura znázorňuje také následující Ganttův diagram.



Obr. 10. Harmonogram projektu založení Penzionu U kocoura

## 6.9 Ekonomická analýza

Tato kapitola byla zaměřena na sestavení finančního rozpočtu při zakládání podniku, kde byly blíže specifikovány finanční prostředky potřebné před samotným zahájením provozu penzionu (jednorázové výdaje související se založením živnosti a měsíční náklady na provoz penzionu). Součástí této analýzy jsou i náklady v rozdělení na fixní a variabilní, odhad poptávky a v neposlední řadě také zdroje financování.

Cílem ekonomické analýzy je, mimo jiné, prokázat reálnost a životaschopnost Projektu založení podniku služeb v okrese Litoměřice – ubytovacího zařízení – penzionu.

### 6.9.1 Potřeba finančních prostředků

Při zakládání živnosti je třeba zohlednit nároky kladené na potřebu finančních prostředků. S tím souvisí zejména výdaje potřebné při samotném zakládání živnosti, které jsou rozděleny na jednorázové – výdaje související se založením živnosti a dále výdaje, které musí podnikatel pravidelně vynakládat na zajištění provozu podniku.

Prostředky nezbytné pro založení nového podniku jsou znázorněny v Tab. 5. Patří mezi ně poplatek za vydání živnostenského oprávnění, vytvoření webových stránek, tisk informačních letáků a vizitek, ostatní položky (např. vymalování penzionu a položky potřebné k zaměření na klíčového zákazníka).

Tab. 6. Výdaje související se založením živnosti

Činnost	Částka v Kč
Poplatek za vydání živnostenského oprávnění	2 000
Vytvoření webových stránek	50 000
Tisk informačních letáků 100 ks	5 000
Vizitky 100 ks	1 000
Katalogy	800
Ostatní	10 000
Celkem	68 800

Se zahájením podnikání souvisí také náklady na pořízení majetku a materiálového vybavení penzionu.

Tab. 7. Výdaje na pořízení majetku a vybavení

Položka	Částka v Kč
Nemovitost (prostory k podnikání)	4 500 000
Výpočetní technika	20 000
Lůžkoviny	43 000
Ložní prádlo	344 300
Hotelové osušky a ručníky	150 300
Pracovní ručníky a utěrky	6 400
Ubrusy	6 700
Záclony	19 000
Koupelnové podložky	8 200
Celkem	5 097 900

Na pořízení doplňkových služeb pak budou vynaloženy tyto částky:

*Tab. 8. Náklady na pořízení doplňkových služeb*

Položka	Částka v Kč
Pořízení bowlingu	3 000 000
Pořízení biliardu	20 000

Roční výdaje na provoz penzionu byly rozděleny na náklady fixní a variabilní a podnikatel je předpokládá v následující výši. Mzdové náklady by se v příštích letech příliš měnit neměli, protože podnikatel nepředpokládá zvyšování počtu zaměstnanců ani jejich mezd.

#### Fixní náklady v prvním roce provozu

Mezi fixní náklady byla zařazena spotřeba elektrické energie. Množství spotřebované elektřiny je ovlivněno několika faktory. Jsou jimi zejména počet ubytovaných hostů, počet hostů restaurace v době podávání poledních menu a využití doplňkových služeb. Mezi fixní náklady dále patří spotřeba plynu, která je ovlivněna především ročním obdobím (plyn je využíván k vytápění objektu) a množstvím jídel připravených v kuchyni ať už pro ubytované hosty nebo pro hosty restaurace. Do fixních nákladů pak byly zahrnuty také mzdy zaměstnanců, pojištění objektu, daň z nemovitosti, svoz odpadu, televizní a rozhlasové poplatky, které musí podnikatel hradit ve výši 135,- Kč za každý televizor a 45,- Kč za každý rozhlasový přijímač umístěný na pokoji, provoz domény, webhosting a umístění penzionu v placených internetových katalozích.



Tab. 9. Fixní náklady

Název	Perioda	Částka měsíčně	Částka ročně
Elektrická energie	1	15 000	180 000
Plyn	1	30 000	360 000
Voda	1	10 000	120 000
Mzdy zaměstnanců	1	150 000	1 800 000
Obměna textilu	12		525 400
Pojištění objektu	12		15 000
Daň z nemovitosti	12		2 000
Svoz odpadu	12		11 000
Televize + rozhlas	1	1 800	21 600
Provoz domény	1	250	3 000
Webhosting	1	1 500	18 000
Celkem		198 550	3 056 000

Variabilní náklady v prvním roce provozu

Ve variabilních nákladech byly zohledněny bankovní poplatky, zásoby na bar, do kuchyně a na úklid penzionu, daň z příjmu fyzických osob, která činí , poplatek obci za ubytované hosty, náklady na telefon a ostatní výdaje, do kterých byly zařazeny náklady závislé na obsazenosti penzionu (čistící prostředky, benzín, služby prádelny apod.). Mezi variabilní náklady patří také daň z příjmu fyzických osob. Ta je však v prvním roce nulová a projeví se až v dalších letech.

Tab. 10. Variabilní náklady

Název	Perioda	Částka měsíčně	Částka ročně
Bankovní poplatky	1	300	3 600
Zásoby	1	30 000	360 000
Daň z příjmu FO	12		0
Poplatek obci	1		15 000
Telefon	1	1000	12 000
Ostatní	1	11 000	132 000
Celkem		42 300	522 600

### **Bod zvratu**

Bod zvratu, jak uvádí Synek (2007), představuje takový objem tržeb, kdy se výše tržeb rovná výši nákladů a není ještě dosaženo zisku.

Na základě zjištěných nákladů je bodem zvratu okamžik, kdy bude dosaženo ročních tržeb ve výši 2 056 635,- Kč.

### **6.9.2 Zdroje financování**

Penzion U kocoura bude mít následující 3 hlavní zdroje vlastního financování:

- tržby za ubytování,
- tržby z restaurace,
- tržby za doplňkové služby.

### **Stanovení ceny ubytování**

Pro optimální stanovení ceny za ubytování je třeba zohlednit několik faktorů. Mezi tyto faktory byly zařazeny skutečné náklady na provoz penzionu, vnímání hodnoty služeb zákazníkem a ceny ubytování nabízené konkurencí.

Na základě výše uvedených kritérií bylo podnikatelem rozhodnuto, že bude poskytovat ubytování v ceně 480,- Kč za osobu/noc se snídaní.

Hosté penzionu si budou moci dokoupit večeře za cenu 120,- Kč/osobu. Podnikatel předpokládá, že večeře si bude objednávat 60% ubytovaných hostů.

### **Polední menu pro veřejnost**

V rámci poledních menu bude podnikatel nabízet polévku a výběr ze 4 hlavních jídel, která budou každý den obměňována. Na základě předchozích zkušeností se zaváděním nové restaurace předpokládá podnikatel průměrnou návštěvnost přibližně 55 osob/den. Cena jednoho menu bude 80,- Kč. Podnikatel předpokládá postupné rozšíření nabídky o další hlavní jídla v poledním menu.

### Stanovení ceny doplňkových služeb

V penzionu budou zároveň poskytovány doplňkové služby. Do doplňkových služeb byl zařazen bowling (k dispozici budou 2 dráhy) a biliard (k dispozici bude 1 stůl), které vyplynuly z provedeného dotazníkového šetření. Jejich cena je stanovena na základě nákladů na provoz a pořizovací ceny.

Ceny doplňkových služeb byly stanoveny takto:

- bowling – 150,- Kč/hodinu v době od 15 do 18 hodin,
  - 190,- Kč/hodinu v době od 18 do 20 hodin,
  - 240,- Kč/hodinu v době od 20 do 22 hodin.
- biliard - 60,- Kč/hodinu v době od 15 do 18 hodin,
  - 75,- Kč/hodinu v době od 18 do 20 hodin,
  - 95,- Kč/hodinu v době od 20 do 22 hodin.

Pro tvorbu plánu tržeb podnikatel předpokládá následující využití doplňkových služeb.

Pesimistická varianta:

- bowling – využití 1 hodinu v době od 15 do 18 hodin,
  - využití 1 hodinu v době od 18 do 20 hodin,
  - využití 0 hodin v době od 20 do 22 hodin.
- biliard – využití 1 hodinu v době od 15 do 18 hodin,
  - využití 1 hodinu v době od 18 do 20 hodin,
  - využití 0 hodin v době od 20 do 22 hodin.

Realistická varianta:

- bowling – využití 1 hodinu v době od 15 do 18 hodin,
  - využití 1 hodinu v době od 18 do 20 hodin,
  - využití 2 hodiny v době od 20 do 22 hodin.
- biliard – využití 0 hodin v době od 15 do 18 hodin,

- využití 1 hodinu v době od 18 do 20 hodin,
- využití 2 hodiny v době od 20 do 22 hodin.

Optimistická varianta:

- bowling – využití 2 hodiny v době od 15 do 18 hodin,
  - využití 1 hodinu v době od 18 do 20 hodin,
  - využití 4 hodiny v době od 20 do 22 hodin.
- billiard – využití 2 hodiny v době od 15 do 18 hodin,
  - využití 1 hodinu v době od 18 do 20 hodin,
  - využití 2 hodiny v době od 20 do 22 hodin.

Sezonní výkyvy u těchto služeb podnikatel nepředpokládá.

### **Plán tržeb**

Do plánu tržeb byly zahrnuty příjmy z ubytování poskytovaného Penzionem U kocoura, tržby za stravování hostů penzionu, tržby z restaurace a tržby za doplňkové služby. Předpokládaný počet hostů je určen na základě informací zjištěných z dotazníkového šetření viz. kapitola 4.1, z údajů Českého statistického úřadu a na základě předchozích zkušeností podnikatele.

Ve druhém roce předpokládá podnikatel nárůst tržeb přibližně o 20%, ve druhém roce pak přibližně o 10%. V dalších letech předpokládá růst tržeb do 5%. Tento růst je však již podmíněn mírným zvyšováním cen poskytovaných služeb v závislosti na růstu cen energií.

*Tab. 11. Plán tržeb na následující roky – pesimistická varianta*

Zdroj	2013	2014	2015
	Tržby v Kč	Tržby v Kč	Tržby v Kč
Ubytování	190 680	228 820	251 700
Stravování	588 000	705 600	776 160
Doplňkové služby	116 357	139 630	153 590
<b>Celkem</b>	<b>895 055</b>	<b>1 074 050</b>	<b>1 181 450</b>

V případě, že by nastala pesimistická varianta cash-flow a plánu tržeb na následující roky, musel by podnikatel podniknout kroky ke zvýšení tržeb a tím k dosažení zisku. Mezi tyto kroky může patřit například zvýšení cen ubytování nebo rozšíření nabídky restaurace o minutková jídla a prodloužení provozní doby restaurace.

V případě realistické a optimistické varianty by podnikatel vykazoval zisk již v prvním roce provozu penzionu. Každé zvýšení tržeb by tedy mělo současně za následek, za předpokladu minimálního růstu výdajů, zvyšování zisku. U optimistické varianty by však bylo nutné, v rámci zachování kvality poskytovaných služeb, přijmout další personál na obsluhu restaurace, popř. také do kuchyně.

*Tab. 12. Plán tržeb na následující roky – realistická varianta*

Zdroj	2013	2014	2015
	Tržby v Kč	Tržby v Kč	Tržby v Kč
Ubytování	1 018 920	1 222 700	1 344 970
Stravování	1 078 000	1 293 600	1 422 960
Doplňkové služby	265 825	318 990	350 890
<b>Celkem</b>	<b>2 362 745</b>	<b>2 835 290</b>	<b>3 118 820</b>

*Tab. 13. Plán tržeb na následující roky – optimistická varianta*

Zdroj	2013	2014	2015
	Tržby v Kč	Tržby v Kč	Tržby v Kč
Ubytování	1 443 120	1 731 740	1 904 910
Stravování	1 764 000	2 116 800	2 328 480
Doplňkové služby	449 575	539 490	593 439
<b>Celkem</b>	<b>3 656 695</b>	<b>4 388 030</b>	<b>4 826 829</b>

Podnikatel nemá žádné cizí zdroje financování. Nemovitost a vybavení potřebné pro zahájení podnikání pořídil z vlastních zdrojů.

## 6.10 Finanční plán

Do této kapitoly byly zařazeny, kromě zahajovací rozvahy, zejména cash-flow stanovený na prvních 8 měsících provozu Penzionu U kocoura v rozlišení pesimistické, realistické a optimistické varianty.

Tab. 14. Zahajovací rozvaha Penzionu U kocoura k 1.5.2013 v tis. Kč

Aktiva		Pasiva	
<b>Stálá aktiva</b>	<b>7 540</b>	<b>Vlastní kapitál</b>	<b>8 148</b>
DHM	7 540	Základní kapitál	8 148
DNM	0	Kapitálové fondy	0
DFM	0	Fondy tvořené ze zisku	0
		Výsledek hospodaření min. let	0
		Výsledek hospodaření b.o.	0
<b>Oběžná aktiva</b>	<b>608</b>	<b>Cizí zdroje</b>	<b>0</b>
Zásoby	608	Rezervy	0
Dlouhodobé pohledávky	0	Dlouhodobé závazky	0
Krátkodobé pohledávky	0	Krátkodobé závazky	0
Finanční majetek	0	Bankovní úvěry a výpomoci	0
<b>Ostatní aktiva</b>	<b>0</b>	<b>Ostatní pasiva</b>	<b>0</b>
	<b>8 148</b>		<b>8 148</b>

Zahajovací rozvaha a plán peněžních toků převádí podnikatelský plán Penzionu U kocoura do finanční podoby.

### Prognóza cash-flow

Významnou součástí podnikatelského plánu je prognóza cash-flow. Cash-flow specifikuje skutečné peněžní příjmy a výdaje za dané období (Synek, 2007, str. 332). Prognóza byla zpracována ve zjednodušené podobě, kde nebyly zohledněny odpisy, inflace apod. Současně nejsou zohledněny také rostoucí náklady na zásoby a energie.

Byla zpracována pesimistická, realistická a optimistická varianta cash-flow na prvních 8 měsících provozu ubytovacího zařízení.

Příjmy jsou tvořeny tržbami za ubytování, tržbami z restaurace a tržbami za doplňkové služby, výdaje jsou pak tvořeny měsíčními výdaji na provoz penzionu. Ve výdajích nejsou zahrnuty výdaje související se založením podniku, které byly uvedeny v tabulce Tab. 6., výdaje související s pořízením majetku a vybavení uvedené v Tab. 7. a výdaje na pořízení doplňkových služeb z tabulky Tab. 8.

Tab. 15. Cash-flow – pesimistická varianta

Řádek		Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Celkem
1	Příjmy	100 885	129 090	151 285	151 285	98 010	89 125	86 250	89 125	895 055
2	Tržby z ubytování	11 760	42 840	62 160	62 160	11 760	0	0	0	190 680
3	Tržby z restaurace	74 400	72 000	74 400	74 400	72 000	74 400	72 000	74 400	588 000
4	Tržby za doplňkové služby	14 725	14 250	14 725	14 725	14 250	14 725	14 250	14 725	116 375
5	Výdaje	263 610	250 610	250 610	250 610	250 610	250 610	250 610	530 025	2 297 295
6	Bankovní poplatky	60	60	60	60	60	60	60	60	480
7	Daň z nemovitosti	2 000	0	0	0	0	0	0	0	2 000
8	Daň z příjmu FO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Elektrická energie	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	120 000
10	Mzdy zaměstnanců	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	1 200 000
11	Obměna textilu	0	0	0	0	0	0	0	262 700	262 700
12	Ostatní výdaje	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	88 000
13	Plyn	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	240 000
14	Pojištění objektu	0	0	0	0	0	0	0	15 000	15 000
15	Poplatek obci	0	0	0	0	0	0	0	1 715	1 715
16	Provoz domény	250	250	250	250	250	250	250	250	2 000
17	Svoz odpadu	11 000	0	0	0	0	0	0	0	11 000
18	Telefon	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	8 000
19	Tv + rozhlas	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	14 400
20	Voda	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	80 000
21	Webhosting	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	12 000
22	Zásoby	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	240 000
23	Konečný stav CF	-162 725	-121 520	-99 325	-99 325	-152 600	-161 485	-164 360	-440 900	-1 402 240

Jak z Tab. 15. vyplývá, hlavním zdrojem příjmů jsou tržby z restaurace. Ty jsou, oproti tržbám za ubytování a tržbám za doplňkové služby téměř trojnásobné. Obsazenost penzionu se pohybuje v rozmezí 10 – 27%, přičemž v říjnu, listopadu a prosinci je obsazenost nulová.

Položka poplatků obci, která je uvedena v řádku 15, zahrnuje povinný poplatek obci za ubytované osoby. Ten činí pro rok 2012 5,- Kč na každou ubytovanou osobu za započatý den pobytu vyjma dne příjezdu. Tento poplatek je splatný vždy ke koni daného kalendářního roku, proto je uveden v prosincových výdajích.

Při této obsazenosti penzionu a dalších tržbách by podnikatel v tomto roce vytvořil ztrátu ve výši téměř 1 500 000 Kč.

Tab. 16. Cash-flow – realistická varianta

Řádek		Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Celkem
1	Příjmy	181 795	364 350	530 875	530 875	214 950	181 795	176 310	181 795	2 362 745
2	Tržby z ubytování	11 760	199 800	360 840	360 840	50 400	11 760	11 760	11 760	1 018 920
3	Tržby z restaurace	136 400	132 000	136 400	136 400	132 000	136 400	132 000	136 400	1 078 000
4	Tržby za doplňkové služby	33 635	32 550	33 635	33 635	32 550	33 635	32 550	33 635	265 825
5	Výdaje	232 110	219 110	219 110	219 110	219 110	219 110	219 110	505 990	2 052 760
6	Bankovní poplatky	60	60	60	60	60	60	60	60	480
7	Daň z nemovitosti	2 000	0	0	0	0	0	0	0	2 000
8	Daň z příjmu FO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Elektrická energie	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	120 000
10	Mzdy zaměstnanců	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	1 200 000
11	Obměna textilu	0	0	0	0	0	0	0	262 700	262 700
12	Ostatní výdaje	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	88 000
13	Plyn	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	240 000
14	Pojištění objektu	0	0	0	0	0	0	0	15 000	15 000
15	Poplatek obci	0	0	0	0	0	0	0	9 180	9 180
16	Provoz domény	250	250	250	250	250	250	250	250	2 000
17	Svoz odpadu	11 000	0	0	0	0	0	0	0	11 000
18	Telefon	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	8 000
19	Tv + rozhlas	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	14 400
20	Voda	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	80 000
21	Webhosting	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	12 000
22	Zásoby	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	240 000
23	Konečný stav CF	-50 315	145 240	311 765	311 765	-4 160	-37 315	-42 800	-324 195	309 985



Tab. 17. Cash-flow – optimistická varianta

Řádek		Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Celkem
1	Příjmy	365 645	503 250	674 405	674 405	353 850	365 645	353 850	365 645	3 656 695
2	Tržby z ubytování	85 560	232 200	394 320	394 320	82 800	85 560	82 800	85 560	1 443 120
3	Tržby z restaurace	223 200	216 000	223 200	223 200	216 000	223 200	216 000	223 200	1 764 000
4	Tržby za doplňkové služby	56 885	55 050	56 885	56 885	55 050	56 885	55 050	56 885	449 575
5	Výdaje	232 110	219 110	219 110	219 110	219 110	219 110	219 110	509 865	2 056 635
6	Bankovní poplatky	60	60	60	60	60	60	60	60	480
7	Daň z nemovitosti	2 000	0	0	0	0	0	0	0	2 000
8	Daň z příjmu FO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Elektrická energie	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	120 000
10	Mzdy zaměstnanců	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	1 200 000
11	Obměna textilu	0	0	0	0	0	0	0	262 700	262 700
12	Ostatní výdaje	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	11 000	88 000
13	Plyn	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	240 000
14	Pojištění objektu	0	0	0	0	0	0	0	15 000	15 000
15	Poplatek obcí	0	0	0	0	0	0	0	13 055	13 055
16	Provoz domény	250	250	250	250	250	250	250	250	2 000
17	Svoz odpadu	11 000	0	0	0	0	0	0	0	11 000
18	Telefon	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	8 000
19	Tv + rozhlas	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	14 400
20	Voda	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	80 000
21	Webhosting	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	12 000
22	Zásoby	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	240 000
23	Konečný stav CF	133 535	284 140	455 295	455 295	134 740	146 535	134 740	-144 220	1 600 060

V případě realistické varianty by byl podnikatel v mírném zisku. V případě neočekávaných výdajů by se však snadno mohl dostat do ztráty.

Zisk, který by pokryl i neočekávané výdaje, by podnikatel vytvořil, pokud by nastala optimistická varianta.

## 6.11 Rizika projektu

U projektu je třeba specifikovat rizika, pravděpodobnost jejich výskytu, jejich závažnosti a určit opatření zmírňující nebo eliminující dopady těchto rizik.

Tab. 18. Přehled rizik

Riziko	Pravděpodobnost výskytu	Závažnost
Pokles obsazenosti mimo letní sezónu	vysoká	vysoká
Nespolehlivost nebo náhlá změna personálu	střední	vysoká
Rostoucí ceny energií	vysoká	střední
Platební neschopnost podnikatele	nízká	vysoká
Vstup nové konkurence nebo substitutů	střední	střední
Ztráta majetku krádeží nebo katastrofou	střední	střední

### **Pokles obsazenosti mimo letní sezónu**

Toto riziko souvisí s přirozeným vývojem obsazenosti ubytovacích zařízení v okrese Litoměřice. Podnikatel toto riziko nemůže téměř ovlivnit. Aby mohl podnik i nadále fungovat a „přežít“ do začátku příští sezóny, musí podnikatel nabízet i další služby, které zákazníky přilákají.

Riziko nutnosti ukončení činnosti podniku lze minimalizovat rozšířením nabídky v restauraci o minutková jídla nabízená po celý den a prodloužení provozní doby restaurace.

### **Nespolehlivost nebo náhlá změna personálu**

Nespolehlivost personálu má na chod penzionu velký vliv, stejně jako jeho náhlá změna. Důsledkem může být ztráta části stálých zákazníků a s tím související dočasný pokles tržeb.

Řešením je přísnější výběr zaměstnanců již v samém počátku, např. přijímat kvalifikované zaměstnance, zohledňovat reference apod. Důležitá je také stálá motivace zaměstnanců.

### **Rostoucí ceny energií**

S rostoucími cenami energií už podnikatel ve své ekonomické analýze počítá a pokud budou ceny růst v předpokládaném rozmezí, nemělo by to podnik nijak ohrozit.

V případě vyššího růstu cen energií než jaký byl očekáván je jediným řešením zvýšení cen poskytovaných služeb.

### **Platební neschopnost podnikatele**

Platební neschopnost vždy negativně ovlivňuje spolupráci s dodavateli. Pokud by tento stav trval delší dobu, mohlo by to vést k ukončení podnikání. Stejně tak platební neschopnost vůči zaměstnancům může podnikatele dostat do problémů. Řešením by mohla být spolupráce s novým společníkem.

### **Vstup nové konkurence nebo substitutů**

Vstup nového konkurenta nebo substitutu je pro stávající trh vždy hrozbou. Z provedené analýzy však vyplývá, že v okrese Litoměřice ubytovací zařízení spíše zanikají, přesto však není dobré toto riziko podceňovat.

Předejít vážným důsledkům vstupu nového konkurenta nebo substitutu je možné poskytováním kvalitních služeb, aby byli zákazníci spokojeni a vždy se do podniku rádi vraceli.

### **Ztráta majetku krádeží nebo katastrofou**

V penzionu a restauraci se vždy může stát, že si některý zákazník něco odnese nebo něco rozbije. Důsledky tohoto rizika však nebývají velké.

Krádežím na pokojích se však dá předejít osobním předáním pokoje při odchodu hosta.

Riziko nějaké katastrofy, např. přírodní katastrofy, je nízké.

## **6.12 SWOT analýza a zhodnocení projektu**

Hlavním přínosem projektu je rozšíření nabídky ubytování pro zákazníky se středními příjmy, kteří nechtějí platit za ubytování přes 700,- Kč za osobu/noc, což je v současnosti průměrná cena ubytování v penzionech v okrese Litoměřice.

Zmapovat situaci uvnitř i vně podniku pomůže SWOT analýza, pomocí které budou zmapovány silné a slabé stránky penzionu.

Tab. 19. SWOT analýza Penzionu U kocoura

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vlastní prostory</li> <li>• Poloha objektu (výlety v okolí, krajina)</li> <li>• Výhodné ceny ubytování i služeb</li> <li>• Parkování u objektu</li> <li>• Nabídka doplňkových služeb</li> <li>• Jazyková vybavenost majitelů</li> <li>• Vlák i bus v místě</li> <li>• Loajální zaměstnanci s odpovídající kvalifikací a zkušenostmi</li> <li>• Jasný cíl, kam má podnik směřovat</li> <li>• Přesná koncepce postupu k dosažení cíle</li> <li>• Dostatečný základní kapitál pro zahájení podnikání</li> <li>• Ochota poznávat nové technologie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Závislost penzionu na letní turistické sezóně</li> <li>• Méně početný personál</li> <li>• Závislost na ekonomické situaci zákazníků</li> <li>• Nedostatek zkušeností v oblasti marketingu</li> </ul>
Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mezera na trhu</li> <li>• Příjmy z více zdrojů</li> <li>• Zkušenosti z oblasti péče o zákazníky</li> <li>• Turistická zajímavost oblasti</li> <li>• Spolupráce s více subjekty</li> <li>• Využití internetového marketingu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Množství substitutů</li> <li>• Krádež vybavení objektu</li> <li>• Legislativa</li> <li>• Nutnost orientace a sledování změn v legislativě</li> <li>• Negativní reklama</li> </ul>

Předmět podnikání nově založeného podniku patří mezi finančně náročnější. Všechny důležité investice však byly realizovány již před zahájením podnikání a v příštích letech nebudou větší investice nutné. Zkrátí se tím doba návratnosti prostředků, které podnikatel do penzionu a jeho zařízení investoval.

Největším rizikem tohoto projektu je spolehlivost personálu. Mzdy tvoří největší položku v celkových nákladech a je tedy třeba o zaměstnance dostatečně pečovat a zajímat se o podmínky jejich práce. Jsou to právě zaměstnanci, kdo ovlivňuje spokojenost zákazníků a tím i životaschopnost a konkurenceschopnost Penzionu U kocoura.

Předpokládaný ekonomický vývoj penzionu v příštích 3 letech je pozitivní. Výhodou je, že projekt není zcela závislý na turistech majících zájem o ubytování. Pokud by tento zájem poklesl, může podnik vyrovnat tuto ztrátu pomocí příjmů z restaurace a doplňkových služeb.

## ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo zpracovat projekt založení podniku nabízejícího primárně služby v oblasti ubytování a stravování. Výsledky průzkumů trhu, které byly realizovány před zahájením úkonů k založení penzionu, byly pro projekt pozitivní a jejich výsledkem bylo doporučení založit nové ubytovací nabízející kromě ubytování také stravování nejen pro ubytované hosty a další doplňkové služby.

Před založením podniku je třeba pečlivě zvážit situaci na trhu a legislativní podmínky pro založení nového podniku. Základním předpokladem pro úspěšné zahájení podnikání je jasné stanovení cíle, kterého má být dosaženo, a postupů k jeho dosažení.

Podklady pro zpracování analýz pro diplomovou práci s názvem Projekt založení podniku služeb v okrese Litoměřice – ubytovacího zařízení – penzionu byly získány z průzkumu místního trhu, průzkumu konkurenčního prostředí pomocí Porterova modelu konkurenčních sil a analýzy důvodů zájmu o ubytování v okrese Litoměřice.

Předmětem projektu je založení živnostenského oprávnění zápisem do živnostenského rejstříku. V projektu je zpracován konkrétní plán činností nezbytných pro založení nového podniku služeb včetně zakladatelského rozpočtu a finančního plánu. Součástí finančního plánu je také plán tržeb na tři roky. Důležitým faktorem pro úspěšné zavedení nového ubytovacího zařízení na trh je propagace tohoto ubytovacího zařízení ještě před oficiálním zahájením jeho provozu. Při správné propagaci nového penzionu v okrese Litoměřice je velká pravděpodobnost, že hosté využijí jeho ubytovacích služeb již od prvního měsíce. V oblasti, kde bude Penzion U kocoura situován, je nabídka ubytovacích zařízení v cenové kategorii do 500,- Kč za osobu/noc omezená, což je pro zahájení provozu nového penzionu s ubytováním v této cenové kategorii výhodou.

Kromě ubytování bude v Penzionu U kocoura nabízeno také stravování pro širokou veřejnost, a to formou obědových menu podávaných v době od 10:00 do 15:00.

Dalším zdrojem příjmu pro podnikatele budou také tržby z doplňkových služeb (bowlingu a billiaru), které budou poskytovány ubytovaným hostům i veřejnosti.

Uskutečněním projektu v okrese Litoměřice, který byl po vyhodnocení analýz konkurenčního prostředí zvolen místem vhodným pro vstup nového podniku, tedy bude vyplněna mezera v nabídce ubytování v ubytovacích zařízeních typu penzion, která v současnosti dostatečně neuspokojuje poptávku potenciálních zákazníků.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BARTKOVÁ, Lenka, 2006, *Ekonomika a legislativa podnikání*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 80-244-1393-0.
- [2] CIMLER, Petr et al, 2001, *Obchod a služby: Studijní text pro distanční studium*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni. ISBN 80-7082-795-5.
- [3] FOLVARČNÁ, Andrea, 2005, *Malé a střední podnikání*. Ostrava: Vysoká škola podnikání, a.s. v Ostravě. ISBN 80-86764-40-0.
- [4] HAUGE, Paul, 2003, *Průzkum trhu*, Brno: Computer Press. ISBN 80-7226-917-8.
- [5] HORZINKOVÁ, Eva, 2010, *Živnostenský zákon v praxi*. 8.aktualizované vyd. Olomouc: ANAG, spol. s.r.o. ISBN 978-80-7263-615-0.
- [6] KORÁB, Vojtěch, MIHALSKO Marek, 2003, *Založení a řízení podniku*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, Brno. ISBN 80-214-2513-X.
- [7] KORÁB, Vojtěch, PETERKA Jiří, REŽŇÁKOVÁ Mária, 2008, *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, a.s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [8] MAREŠ, Stanislav, 2006 *Firemní finanční politiky a finanční plánování*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, o.p.s. ISBN 80-86754-58-8.
- [9] PALATKOVÁ, Monika, 2006, *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 80-247-1014-5.
- [10] PARMOVÁ, Dagmar, PARMOVÁ Dagmar, 2003, *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2003. 84 s. ISBN 80-7040-611-9.
- [11] PAVELKOVÁ, Drahomíra, KNÁPKOVÁ Adriana, 2007, *Podnikové finance: Studijní pomůcka pro distanční studium*. 3.upravené vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 978-80-7318-593-0.
- [12] POLOUČEK, Stanislav, 2008, *Finanční rizika podnikání*. 1.vyd. Ostrava: Vysoká škola podnikání, a.s. v Ostravě, ISBN 978-80-86764-99-3.



- [13] SRPOVÁ, Jitka a kol, 2007, *Podnikatelský plán*. 1.vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze. ISBN 978-80-245-1263-1.
- [14] STAŇKOVÁ, Pavla, VORLOVÁ Růžena, VLČKOVÁ Ilona, 2007, *Marketing obchodu a služeb – Studijní pomůcka pro distanční studium*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, ISBN 978-80-7318-532-9.
- [15] SYNEK, Miroslav et al, 2007 *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-1992-4.
- [16] SYNEK, Miroslav et al, 1999, *Podniková ekonomika*. 1.vyd. Praha: C.H.Beck. ISBN 80-7179-228-4.
- [17] VEBER, Jaromír, SRPOVÁ Jitka et al, 2005, *Podnikání malé a střední firmy*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 80-247-1069-2.
- [18] VEJDĚLEK, Jiří, 1997, *Jak založit nebo převzít podnik*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, spol.s.r.o. ISBN 80-7169-234-4.
- [19] ZELENKA, Josef, 2010, *Marketing cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha. ISBN 978-80-86723-95-2.
- [20] *Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník*. Business.centrer.cz, 2012. [online]. [citace 2012-04-20]. Dostupný z WWW: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>
- [21] *Český statistický úřad*, 2012. [online]. [citace 2012-04-10]. Dostupný z WWW: [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr)
- [22] *Penziony.CZ*, 2012. [online]. [citace 2012-04-10]. Dostupný z WWW: <http://www.penziony.cz/ubytovani/okres-litomerice/>

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČR Česká republika

EU Evropská unie

OKEČ Odvětvová klasifikace ekonomických činností

USA Spojené státy americké

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

<i>OBR. 1. ZASTOUPENÍ DOTAZOVACÍCH METOD.....</i>	<i>15</i>
<i>OBR. 2. PŘÍMÁ METODA VÝPOČTU CASH-FLOW .....</i>	<i>26</i>
<i>OBR. 3 NEPŘÍMÁ METODA VÝPOČTU CASH-FLOW. ....</i>	<i>27</i>
<i>OBR. 4. POČET DNÍ V ROCE, KDY RESPONDENTI VYUŽÍVAJÍ SLUŽBY UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ.....</i>	<i>38</i>
<i>OBR. 5. CENA, KTEROU RESPONDENTI OBVYKLE VYDÁVAJÍ ZA OSOBU/NOC .....</i>	<i>39</i>
<i>OBR. 6. PREFEROVANÉ KAPACITY POKOJŮ.....</i>	<i>40</i>
<i>OBR. 7. PREFEROVANÝ TYP STRAVOVÁNÍ .....</i>	<i>41</i>
<i>OBR. 8. UPŘEDNOSTŇOVANÉ SLUŽBY V NOVÉM PENZIONU .....</i>	<i>42</i>
<i>OBR. 9. ORGANIZAČNÍ STRUKTURA PODNIKU.....</i>	<i>57</i>
<i>OBR. 10. HARMONOGRAM PROJEKTU ZALOŽENÍ PENZIONU U KOCOURA .....</i>	<i>62</i>

**SEZNAM TABULEK**

TAB. 1. PŘEHLED POČTU UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ NABÍZEJÍCÍCH SLUŽBY V TURISTICKÉM REGIONU .....	44
TAB. 2. PŘEHLED KAPACIT UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ NABÍZEJÍCÍCH UBYTOVÁNÍ V TURISTICKÉM REGIONU SEVEROZÁPADNÍ ČECHY .	45
TAB. 3. PŘEHLED POČTU UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V OKRESE LITOMĚŘICE .....	45
TAB. 4. PŘEHLED NÁVŠTĚVNOSTI V UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH V TURISTICKÉM REGIONU SEVEROZÁPADNÍ ČECHY .....	47
TAB. 5. PŘEHLED ČINNOSTÍ PŘI ZALOŽENÍ PODNIKU .....	61
TAB. 6. VÝDAJE SOUVISEJÍCÍ SE ZALOŽENÍM ŽIVNOSTI .....	63
TAB. 7. VÝDAJE NA POŘÍZENÍ MAJETKU A VYBAVENÍ .....	63
TAB. 8. NÁKLADY NA POŘÍZENÍ DOPLŇKOVÝCH SLUŽEB .....	64
TAB. 9. FIXNÍ NÁKLADY .....	65
TAB. 10. VARIABILNÍ NÁKLADY .....	65
TAB. 11. PLÁN TRŽEB NA NÁSLEDUJÍCÍ ROKY – PESIMISTICKÁ VARIANTA .....	69
TAB. 12. PLÁN TRŽEB NA NÁSLEDUJÍCÍ ROKY – REALISTICKÁ VARIANTA .....	69
TAB. 13. PLÁN TRŽEB NA NÁSLEDUJÍCÍ ROKY – OPTIMISTICKÁ VARIANTA .....	69
TAB. 14. ZAHAJOVACÍ ROZVAHA PENZIONU U KOCOURA K 1.5.2013 V TIS. KČ .....	70
TAB. 15. CASH-FLOW – PESIMISTICKÁ VARIANTA .....	71
TAB. 16. CASH-FLOW – REALISTICKÁ VARIANTA .....	72
TAB. 17. CASH-FLOW – OPTIMISTICKÁ VARIANTA .....	73
TAB. 18. PŘEHLED RIZIK .....	73
TAB. 19. SWOT ANALÝZA PENZIONU U KOCOURA .....	76

## SEZNAM PŘÍLOH

- P I Dotazník
- P II Vyhodnocení dotazníků
- P III Jednotný registrační formulář
- P IV Příloha pro finanční úřad a správu sociálního zabezpečení
- P V Zvláštní příloha pro finanční úřad
- P VI Kupní smlouva



9. **Jaké pokoje v ubytovacím zařízení upřednostňujete?**  1 lůžkové  
 2 lůžkové  
 3-4 lůžkové  
 5-ti lůžkové a více
10. **Jakou formu stravování v rámci ubytování obvykle využíváte?**  bez stravy  
 se snídaní  
 s polopenzí  
 s plnou penzí
11. **Jaké ubytovací zařízení v Litoměřicích a okolí nejčastěji využíváte?**  
(více možných odpovědí)  Hotel Salva Guarda - Litoměřice  
 Hotel Roosevelt - Litoměřice  
 Hotel U svatého Vavřince – Roudnice n.L.  
 Hotel Terek - Štětí  
 Penzion AV Třebenice  
 jiný.....
12. **Jste spokojen/a s nabídkou služeb v těchto ubytovacích zařízeních?**  Ano  Ne  
Pokud ne, stručně svou odpověď, prosím, zdůvodněte:
13. **Uvítal/a byste v Litoměřicích, popř. v jejich okolí, nový penzion?**  Ano  Ne
14. **Jaké služby byste v novém penzionu uvítal/a?**  sauna/bazén  
(více možných odpovědí)  bowling  
 kulečnick/billiard  
 jiné.....
15. **Jaká jídla byste v restauraci penzionu uvítal/a?**  tradiční česká  
 italská  
 řecká  
 jiná.....
16. **Prostor pro Vaše náměty či připomínky:**

Děkuji za vyplnění a přeji příjemný den.

Marie Mrázková  
5. ročník  
Fakulta managementu a ekonomiky

## PŘÍLOHA P II: VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ

Otázka č. 1: Jste: muž nebo žena.

- Odpověď „Muž“ zahrlo 56% respondentů,
- odpověď „Žena“ zahrlo 44% respondentů.

Otázka č. 2: Kolik je Vám let?

- Odpověď „do 19 let“ zahrlo 2% respondentů,
- odpověď „20 – 29 let“ zahrlo 21% respondentů,
- odpověď „30 – 39 let“ zahrlo 35% respondentů,
- odpověď „40 – 49 let“ zahrlo 28% respondentů,
- odpověď „50 – 59 let“ zahrlo 9% respondentů,
- odpověď „60 let a více“ zahrlo 5% respondentů.

Otázka č. 3: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Odpověď „základní“ zahrlo 6% respondentů,
- odpověď „středoškolské“ zahrlo 81% respondentů,
- odpověď „vysokoškolské“ zahrlo 13% respondentů.

Otázka č. 4: Jak nejčastěji využíváte svůj volný čas?

U této otázky bylo možné zahrnout více odpovědí.

- Odpověď „čtením“ zahrlo 38 %respondentů,
- odpověď „poslechem hudby“ zahrlo 25% respondentů,
- odpověď „sportem“ zahrlo 41% respondentů,
- odpověď „turistikou“ zahrlo 30% respondentů,
- odpověď „s přáteli“ zahrlo 43% respondentů,



- odpověď „jinak“ zahrlo 23% respondentů. Ti jako činnost, které se ve volném čase věnují, uváděli zejména následující: studium,
  - : motorky,
  - : rodina,
  - : zahrádka,
  - : internet,
  - : návštěva galerií a památek,
  - : hospoda,
  - : cestování,
  - : televize.

Otázka č. 5: Jste spokojen/a s aktuální nabídkou ubytování v Litoměřicích a okolí?

- Odpověď „ano“ označilo 71% respondentů,
- odpověď „ne“ označilo 29% respondentů.

Otázka č. 6: Kolik dní v roce obvykle využíváte služeb nějakého ubytovacího zařízení?

- Odpověď „5 dní a méně“ zahrlo 32% dotazovaných,
- odpověď „6 – 14 dní“ zahrlo 53% dotazovaných,
- odpověď „15 – 21 dní“ zahrlo 13% dotazovaných,
- odpověď „21 dní a více“ zahrlo 2% dotazovaný.

Otázka č. 7: Využíváte služeb ubytovacích zařízení v rámci svého zaměstnání?

- „Ano“ odpovědělo 16% respondentů,
- „Ne“ odpovědělo 84% respondentů.

Otázka č. 8: Jakou částku obvykle vydáváte za ubytování 1 osoby/noc?

- „do 300 Kč“ vydává 35% respondentů,

- „300 – 499 Kč“ vydává 37% respondentů,
- „500 – 699 Kč“ vydává 19% respondentů,
- „700 Kč a více“ vydává 9% respondentů.

Otázka č. 9: Jaké pokoje v ubytovacím zařízení upřednostňujete?

- „1 lůžkové“ zadrželo 4% respondentů,
- „2 lůžkové“ zadrželo 74% respondentů,
- „3 – 4 lůžkové“ zadrželo 19% respondentů,
- „5-ti lůžkové a více“ zadrželo 3% respondentů.

Otázka č. 10: Jakou formu stravování v rámci ubytování obvykle využíváte?

- Odpověď „bez stravy“ zadrželo 10% dotazovaných,
- odpověď „se snídaní“ zadrželo 51% dotazovaných,
- odpověď „s polopenzí“ zadrželo 24% dotazovaných,
- odpověď „s plnou penzí“ zadrželo 15% dotazovaných.

Otázka č. 11: Jaké ubytovací zařízení v Litoměřicích a okolí nejčastěji využíváte?

- „Hotel Salva Guarda – Litoměřice“ volí 10% respondentů,
- „Hotel Roosevelt – Litoměřice“ volí 23% respondentů,
- „Hotel U svatého Vavřince – Roudnice n.L.“ volí 24% respondentů,
- „Hotel Terek Štětí“ volí 6% respondentů,
- „Penzion AV Třebenice“ volí 35% respondentů,
- „jiný“ volí 57% respondentů. Mezi uváděnými ubytovacími zařízeními byla nejčastěji uváděna následující : Vidrholce,  
: Penzion Jotis v Litoměřicích,  
: Hotel Koruna v Roudnici nad Labem,

: Vašak Vědomice,  
: Koliba,  
: Parkhotel Terezín,  
: Prislín.

Otázka č. 12: Jste spokojen/a s nabídkou služeb v těchto ubytovacích zařízeních?

- Odpověď „ano“ označilo 69% respondentů,
- odpověď „ne“ označilo 31% respondentů. Jako důvody nespokojenosti byl uváděn zejména neprofesionální přístup personálu, sociální zařízení společné pro více pokojů nebo lůžkoviny nevhodné pro alergiky.

Otázka č. 13: Uvítal/a byste v Litoměřicích, popř. v jejich okolí, nový penzion?

- Odpověď „Ano“ zahrlo celkem 72% respondentů, 67% z nich označilo v otázce č. 5 (zda jsou spokojeni s nabídkou ubytování v Litoměřicích a okolí) odpověď „Ano“, 33% respondentů označilo odpověď „Ne“.
- Odpověď „Ne“ zahrlo celkem 28% respondentů, 78% z nich označilo v otázce č. 5 odpověď „Ano“, 22% respondentů označilo odpověď „Ne“.

Otázka č. 14: Jaké služby byste v novém penzionu uvítal/a?

- Saunu/bazén by uvítalo 47% respondentů,
- bowling by uvítalo 23% respondentů,
- kulečnick/billiard by uvítalo 12% respondentů,
- jiné služby by uvítali 9% respondentů. Ti uváděli nejvíce následující služby:

: venkovní posezení,

: taneční parket,

: masáže,

: půjčovna kol.

Otázka č. 15: Jaká jídla byste v restauraci penzionu uvítal/a?

- Tradiční českou kuchyni by uvítalo 35% respondentů,
- italskou kuchyni by uvítalo 28% respondentů,
- řeckou kuchyni by uvítali 9% respondenti,
- jinou kuchyni by uvítali 15% respondenti. Tito uvedli, že by uvítali následující kuchyni : mexickou,  
: francouzskou,  
: chorvatskou,  
: thajskou nebo indonéskou.

Otázka č. 16 nabídla prostor pro náměty a připomínky respondentů.

Tuto možnost využilo pouze 6% z nich. Respondenti uváděli, že by v okolí ubytovacího zařízení uvítali asfaltovou cyklostezku, více ubytoven poskytujících ubytování v ceně do 300 Kč a cenově dostupnější hotely než jsou Hotel Salva Guarda, Hotel Roosevelt nebo Hotel U svatého Vavřince.

# PŘÍLOHA P III: JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ



## JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

FYZICKÁ OSOBA

podací razítko
----------------

### ČÁST A - PODNIKATEL

#### 01 Podnikatel

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) pohlaví <sup>1)</sup> Žena / muž <sup>2)</sup>	f) rodné příjmení	g) všechna dřívější příjmení	
h) rodinný stav	i) místo narození	j) okres	
k) stát	l) státní občanství	m) datum narození	n) rodné číslo
o) identifikační číslo		p) obchodní firma (jen u osob zapsaných do obchodního rejstříku)	

#### 02 Bydliště

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

#### 03 Místo podnikání

a) místo podnikání trvale shodné s bydlištěm <sup>2)</sup>	ANO / NE <sup>3)</sup>		
b) název ulice	c) číslo popisné	d) číslo orientační	e) PSČ
f) název obce	g) část obce		
h) okres	i) stát		

#### 04 Pobyt na území ČR (pro zahraniční osoby) <sup>3)</sup>

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) povolený pobyt do		

#### 05 Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu)

- ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašují živnost resp. žádám o koncesi

pořadové číslo 1.	
-------------------	--

#### 06 Provozovna

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	
h) název provozovny	i) umístění provozovny		
j) datum zahájení provozování živnosti v provozně	k) identifikační číslo provozovny		
l) provozovna podléhající kolaudaci	m) předměty podnikání provozované v provozně dle poř. čísla / u živnosti volně číslo oboru		

#### 07 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) státní občanství	f) rodné příjmení	g) datum narození	h) rodné číslo
i) místo narození	j) okres	k) stát	l) pohlaví <sup>1)</sup> Žena / muž <sup>2)</sup>

#### 08 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

<sup>1)</sup> vyplní pouze fyzická osoba, která nemá přiděleno rodné číslo

<sup>2)</sup> vyplní pouze osoba, která má adresu místa podnikání shodnou s adresou bydliště

<sup>3)</sup> vyplní pouze osoba, která má povolený pobyt



# PŘÍLOHA P IV: PŘÍLOHA PRO FINANČNÍ ÚŘAD A SPRÁVU SOCIÁLNÍHO ZABEZPEČENÍ



## PŘÍLOHA PRO FINANČNÍ ÚŘAD A SPRÁVU SOCIÁLNÍHO ZABEZPEČENÍ

podací razítko

Identifikační část podnikatele

a) jméno a příjmení / obchodní firma / název <sup>1)</sup>	b) identifikační číslo
c) rodné číslo	d) datum narození <sup>1)</sup>

### ČÁST A - PŘÍHLÁŠKA K REGISTRACI K DANI Z PŘIDANÉ HODNOTY

01 Registrace / oznámení změny <sup>1)</sup>

02 Pro plátce  nebo osobu identifikovanou k dani

03 Datum rozhodného dne pro povinnost zákonné registrace

04 Datum dobrovolné registrace

05 OBRAT pro stanovení zdaňovacího období podle § 99, nevyplňuje osoba identifikovaná k dani

za předchozí kalendářní rok / předpokládaný roční obrát <sup>1)</sup>	Kč <input style="width: 100%;" type="text"/>
---	--

06 Požadují měsíční zdaňovací období  ANO / NE <sup>1)</sup>

07 Důvod registrace podle § 94 nebo § 96  Odstavec č.

08 Částka obrátu za nejbližších 12 předcházejících po sobě jdoucích kalendářních měsíců  Kč

09 Registrace v jiných členských státech EU

a) DIČ <input style="width: 95%;" type="text"/>	b) datum registrace <input style="width: 95%;" type="text"/>
---	--

10 Číslo účtu / směrový kód banky (přílohou je smlouva o vedení účtu)

uvedte číslo svého bankovního účtu, včetně identifikačního kódu banky, který budete používat k bankovnímu spojení s FÚ pro DPH

11 Účastník sdružení  ANO / NE <sup>1)</sup> (přílohou je smlouva o sdružení)

12 Daňové identifikační číslo plátce vedoucího evidenci  CZ

### ČÁST B - PŘÍHLÁŠKA K REGISTRACI PRO PLÁTCOVY POKLADNY

01 Registrace / oznámení změny <sup>1)</sup>

02 Označení plátcovy pokladny

a) označení <input style="width: 100%;" type="text"/>			
b) k dani z příjmů jako plátoči:	1) daně z příjmů ze závislé činnosti a funkčních požitků <input type="checkbox"/>	ode dne	<input style="width: 95%;" type="text"/>
	2) daně z příjmů vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně <input type="checkbox"/>	ode dne	<input style="width: 95%;" type="text"/>

03 Adresa

a) název ulice <input style="width: 95%;" type="text"/>	b) číslo popisné <input style="width: 95%;" type="text"/>	c) číslo orientační <input style="width: 95%;" type="text"/>	d) PSČ <input style="width: 95%;" type="text"/>
e) název obce <input style="width: 95%;" type="text"/>	f) část obce <input style="width: 95%;" type="text"/>	g) okres <input style="width: 95%;" type="text"/>	
h) telefon <input style="width: 95%;" type="text"/>	i) datová schránka <input style="width: 95%;" type="text"/>	j) e-mail <input style="width: 95%;" type="text"/>	
k) číslo bankovního účtu / směrový (identifikační) kód <input style="width: 100%;" type="text"/>			

04 Fyzická osoba, která je zaměstnancem daňového subjektu nebo vykonává jeho činnost, pověřená jednat za plátcovu pokladnu v daňových záležitostech

a) titul <input style="width: 95%;" type="text"/>	b) jméno <input style="width: 95%;" type="text"/>	c) příjmení <input style="width: 95%;" type="text"/>	d) titul <input style="width: 95%;" type="text"/>
e) rodné číslo <input style="width: 95%;" type="text"/>	f) funkce <input style="width: 95%;" type="text"/>		

05 Fyzická nebo právnická osoba, pověřená jednat za plátcovu pokladnu v daňových záležitostech

Pověřená osoba  ANO / NE <sup>1)</sup> V případě „ano“ je přílohou plná moc

<sup>1)</sup> vyplní pouze fyzická osoba, která nemá přiděleno rodné číslo

**ČÁST C - PŘIHLÁŠKA K REGISTRACI - STÁLÁ PROVOZOVNA**

**01 Registrace / oznámení změny <sup>2)</sup>**

a) název		b) identifikační číslo			
c) název ulice		d) číslo popisné	e) číslo orientační	f) PSČ	
g) název obce		h) část obce		i) okres	

**ČÁST D - OZNÁMENÍ VŮČI PŘÍSLUŠNÉ SPRÁVĚ SOCIÁLNÍHO ZABEZPEČENÍ - týká se pouze fyzických osob**

**01 Samostatnou výdělečnou činnost vykonávám i na území státu**

a) název státu
b) na území tohoto státu jsem účasten / účastna sociálního pojištění <input type="checkbox"/> ANO / <input type="checkbox"/> NE <sup>3)</sup>

**02 Pobírání důchod**

a) druh důchodu starobní / invalidní <sup>2)</sup>	b) vypláčen od
c) plátee důchodů	
d) u starobního důchodu druh starobního důchodu <sup>2)</sup>	e) datum vzniku nároku na starobní důchod

**03 Údaje o nemocenském pojištění**

a) název předchozího orgánu, který prováděl nemocenské pojištění, pokud jím není ČSSZ	
b) název orgánu, který v současnosti provádí nemocenské pojištění, pokud jím není ČSSZ	
c) předchozí doba účasti na nemocenském pojištění v cizině	od: <input type="text"/> do: <input type="text"/>
d) název a adresa cizozemského nositele nemocenského pojištění	
e) číslo cizozemského nemocenského pojištění	

**04 Účet, ze kterého bude placeno pojištění**

a) číslo bankovního účtu / směrový (identifikační) kód	b) variabilní symbol
	c) specifický symbol

**05 Cizozemské důchodové pojištění**

a) číslo cizozemského pojištění
b) název a adresa cizozemského nositele pojištění

**06 Vyplni pouze ta OSVČ, která chce být považována za OSVČ vykonávající vedlejší samostatnou výdělečnou činnost**

a) zaměstnání od	<input type="text"/>		
b) název zaměstnavatele			
c) název ulice	d) číslo popisné	e) číslo orientační	f) PSČ
g) název obce	h) část obce		
i) okres	j) stát		
k) starobní důchod přiznán od	<input type="text"/>	l) nebo výplata invalidního důchodu od	<input type="text"/>
m) měla nárok na rodičovský příspěvek nebo na peněžitou pomoc v mateřství nebo nemocenské z důvodu těhotenství a porodu, pokud tyto dávky náleží z nemocenského pojištění zaměstnanců, nebo osobně pečovala o osobu mladší 10 let, která je závislá na péči jiné osoby ve stupni I. (lehká závislost), nebo osobu, která je závislá na péči jiné osoby ve stupni II. (středně těžká závislost) nebo ve stupni III. (těžká závislost) anebo stupni IV. (úplná závislost), <sup>2)</sup> pokud osoba, která je závislá na péči jiné osoby, je osobou blízkou, nebo žije s osobou samostatně výdělečně činnou v domácnosti, není-li osobou blízkou, od			
n) výkon vojenské služby v ozbrojených silách ČR od	<input type="text"/>	o) nezaopatřené dítě ve smyslu ust. § 20 odst. 3 písm. a) zák. č. 155/1995 Sb., od	<input type="text"/>

jméno podatele	příjmení podatele	vlastnoruční podpis
vztah k právnické osobě		
V	dne	

<sup>2)</sup> u starobního důchodu nutno označit druh (§ 29, 31, 74, 78 a 94 zák. č. 155/1995 Sb., ve znění pozdějších předpisů)



# PŘÍLOHA P V: ZVLÁŠTNÍ PŘÍLOHA PRO FINANČNÍ ÚŘAD



## ZVLÁŠTNÍ PŘÍLOHA PRO FINANČNÍ ÚŘAD

podací razítko
----------------

Identifikační část podnikatele

a) jméno a příjmení / obchodní firma / název <sup>*)</sup>	b) identifikační číslo
c) rodné číslo	d) datum narození <sup>1)</sup>

### ČÁST A - ZASTUPOVÁNÍ FYZICKÉ OSOBY V DAŇOVÝCH ZÁLEŽITOSTECH

01 Smluvní zástupce  (V případě ANO je přílohou plná moc)

02 Osoba pověřená jednat (zaměstnanec nebo jiná fyzická osoba vykonávající činnost daňového subjektu)

#### 03 Identifikační údaje osoby pověřené jednat

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) rodné číslo	f) datum narození <sup>1)</sup>		
g) rozsah pověření k jednání			

#### 04 Místo pobytu a kontaktní údaje osoby pověřené jednat

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) stát	
h) telefon	i) datová schránka	j) e-mail	

### ČÁST B - JEDNÁNÍ JMÉNEM PRÁVNICKÉ OSOBY V DAŇOVÝCH ZÁLEŽITOSTECH, ZASTUPOVÁNÍ PRÁVNICKÉ OSOBY V DAŇOVÝCH ZÁLEŽITOSTECH

01 Smluvní zástupce  (V případě ANO je přílohou plná moc)

#### 02 Statutární orgán / člen statutárního orgánu / jiná osoba jednající za právnickou osobu <sup>\*)</sup>

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) rodné číslo	f) datum narození <sup>1)</sup>		
g) je oprávněn jednat za právnickou osobu <input type="checkbox"/>		h) je pověřen jednat samostatně <input type="checkbox"/>	
i) rozsah pověření k jednání			

#### 03 Místo pobytu a kontaktní údaje

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) stát	
h) telefon	i) datová schránka	j) e-mail	

<sup>1)</sup> vyplní pouze fyzická osoba, která nemá přiděleno rodné číslo  
MPO FÚ zvl.příloha – vzor č. 01 (012011)

**04 Statutární orgán / člen statutárního orgánu / jiná osoba jednající za právnickou osobu <sup>1)</sup>**

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) rodné číslo	f) datum narození <sup>1)</sup>		
g) je oprávněn jednat za právnickou osobu		h) je pověřen jednat samostatně	
i) rozsah pověření k jednání			

**05 Místo pobytu a kontaktní údaje**

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) stát	
h) telefon	i) datová schránka	j) e-mail	

**06 Statutární orgán / člen statutárního orgánu / jiná osoba jednající za právnickou osobu <sup>1)</sup>**

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) rodné číslo	f) datum narození <sup>1)</sup>		
g) je oprávněn jednat za právnickou osobu		h) je pověřen jednat samostatně	
i) rozsah pověření k jednání			

**07 Místo pobytu a kontaktní údaje**

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) stát	
h) telefon	i) datová schránka	j) e-mail	

**08 Statutární orgán / člen statutárního orgánu / jiná osoba jednající za právnickou osobu <sup>1)</sup>**

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) rodné číslo	f) datum narození <sup>1)</sup>		
g) je oprávněn jednat za právnickou osobu		h) je pověřen jednat samostatně	
i) rozsah pověření k jednání			

**09 Místo pobytu a kontaktní údaje**

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) stát	
h) telefon	i) datová schránka	j) e-mail	

**ČÁST C – PŘEDCHOZÍ DAŇOVÁ REGISTRACE**

a) správce daně			
b) registrován od:	c) registrován do:	d) přiděleno daňové identifikační číslo	
		CZ	

jméno podatele	příjmení podatele	vlastnoruční podpis
vztah k právnické osobě		
V	dne	

<sup>1)</sup> vyplní pouze fyzická osoba, která nemá přiděleno rodné číslo  
MPO FÚ zvl.příloha – vzor č. 01 (012011)

## PŘÍLOHA P VI: KUPNÍ SMLOUVA

---

### KUPNÍ SMLOUVA O PŘEVODU VLASTNICTVÍ NEMOVITOSTÍ (uzavřená dle § 588 a násl.zák.č.40/1964 Sb. – občanský zákoník v platném znění)

---

Níže uvedeného dne, měsíce a roku uzavírají:

1. Pan **Michal Mrázek**  
r.č. xxxxxx/xxxx  
bytem: Polní 59, 413 01 Roudnice nad Labem  
jako „strana prodávající“

a

2. Pan **Pavel Dušek**  
r.č. xxxxxx/xxxx  
bytem: Přítkovská 1650, 415 01 Teplice  
jako „strana kupující“

t u t o

#### **Kupní smlouvu o převodu vlastnictví nemovitostí** (dále jen „tato smlouva“ nebo „tato kupní smlouva“)

#### **I.** **Úvodní prohlášení**

Strana prodávající prohlašuje, že má v osobním vlastnictví následující nemovitosti:

- a) **pozemek parc. č. St. 35** o výměře 431  $m^2$  dle pozemkového katastru,
- b) **budova s číslem popisným 278**, ležící na pozemku s parcelním číslem St. 35 dle pozemkového katastru,

vše zapsáno na listu vlastnictví č. 1642 vedený u Katastrálního úřadu pro Ústecký kraj, Katastrální pracoviště Libochovice, pro **katastrální území Libochovice**, obec Libochovice, okres Litoměřice (dále jen „Nemovitostí“).

## **II.**

### **Předmět smlouvy a kupní cena**

1. Strana prodávající prodává Nemovitosti straně kupující za vzájemně sjednanou kupní cenu v celkové výši 4.500.000,- Kč (slovy: čtyři miliony pět set tisíc korun českých) a strana kupující Nemovitosti za tuto cenu do svého jmění přijímá a kupuje.
2. Strana kupující současně touto smlouvou přebírá veškerá práva a povinnosti s vlastnictvím Nemovitostí spojená.

## **III.**

### **Způsob zaplacení kupní ceny**

1. Výše uvedená kupní cena ve výši 4.500.000,- Kč (slovy: čtyři miliony pět set tisíc korun českých) bude uhrazena následujícím způsobem:
  - a) Částku ve výši 500.000,- Kč (slovy: pět set tisíc korun českých) uhradila strana kupující převodem na účet č. xxxxxxxxxxxx/0100, vedený u Komerční banky, a.s. před podpisem této smlouvy.
  - b) Částku ve výši 4.000.000,- Kč (slovy: čtyři miliony korun českých) uhradí strana kupující na účet č. xxxxxxxxxxxx/0100, vedený u Komerční banky, a.s. a to do 15 dnů po podpisu této smlouvy.
2. Pokud nedojde k uhrazení částky ve smyslu ustanovení odst. 1. písm. a,b,c ani do jednoho měsíce od podpisu této smlouvy, má strana prodávající právo od této smlouvy odstoupit.

## **IV.**

### **Převod vlastnického práva**

Vlastnické právo k Nemovitostem nabývá strana kupující se všemi právy a povinnostmi dnem vkladu vlastnického práva do katastru nemovitostí, přičemž právní účinky vkladu práva vznikají na základě pravomocného rozhodnutí o povolení zápisu vkladu do katastru nemovitostí ke dni, kdy bude návrh na zápis vkladu vlastnického práva do katastru nemovitostí doručen příslušnému katastrálnímu úřadu.

## **V.**

### **Ostatní smluvní ujednání**

1. Strana prodávající tímto prohlašuje, že na Nemovitostech neváznou ke dni podpisu této smlouvy žádné dluhy, věcná břemena, ani zástavní práva, není zřízeno nájemní ani předkupní právo, ani neexistují žádné jiné právní vady.

2. Strana prodávající také prohlašuje, že ke dni podpisu této smlouvy neexistují žádné smlouvy, které by zakládaly práva ohledně Nemovitostí, jež dosud nejsou zapsána v katastru nemovitostí, ani nejsou na katastrálním úřadu ohledně Nemovitostí podány návrhy, o nichž dosud nebylo pravomocně rozhodnuto.
3. Obě smluvní strany shodně prohlašují, že jim není znám důvod, který by bránil v uzavření této kupní smlouvy, případně přivodil její neplatnost.
4. Strana kupující podpisem této kupní smlouvy potvrzuje, že se seznámila s faktickým i právním stavem Nemovitostí, a v tomto stavu je také bez výhrad kupuje.
5. Daň z převodu nemovitostí hradí prodávající. Proávající se současně zavazuje podat u příslušného správce daně daňové přiznání a to nejpozději do konce třetího měsíce následujícího po měsíci, v němž byl zapsán vklad práva do katastru nemovitostí a ve stejné lhůtě daň zaplatit.
6. Podle této smlouvy lze vklad do katastru nemovitostí zapsat na nově založený list vlastnictví pro pana Pavla Duška, katastrální území Libochovice u Katastrálního úřadu pro Ústecký kraj, katastrální pracoviště Libochovice.

## **VI. Závěrečná ustanovení**

1. Tuto smlouvu lze měnit pouze písemnou formou, a to očíslovanými a oběma smluvními stranami podepsanými dodatky anebo novou smlouvou.
2. Tato smlouva je vyhotovena v 7 stejnopisech s platností originálu, z nichž 1 obdrží kupující, 1 prodávající a 5 stejnopisů je určeno pro potřeby řízení o povolení vkladu práva u příslušného katastrálního úřadu.
3. Účastníci této smlouvy prohlašují, že byla sepsána podle jejich skutečné a svobodné vůle, smlouvu přečetli, s jejím obsahem souhlasí, což stvrzují vlastnoručními podpisy.

V..... dne ..... 2010

.....  
**Michal Mrázek**

.....  
**Pavel Dušek**