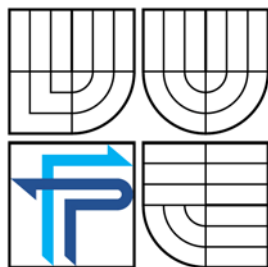


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV EKONOMIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF ECONOMICS

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR – ZALOŽENÍ PENZIONU

BUSINESS PLAN - ESTABLISHMENT OF A PENSION HOUSE

DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

Bc. MARTINA VYSTRČILOVÁ

VEDOUcí PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. TOMÁŠ HERALECKÝ, Ph.D.

BRNO 2009

Zadání

Anotace

Diplomová práce se zabývá vypracováním podnikatelského záměru založení penzionu v obci Suchá Loz. Cílem práce je na základě marketingového výzkumu v dané oblasti stanovit možné varianty realizace. Nejvýhodnější z nich bude posouzena z hlediska struktury proveditelnosti a navržena tak, aby uspěla v konkurenčním prostředí.

Klíčová slova:

Penzion, marketingový výzkum, analýza konkurence, varianty, finanční plán.

Annotation

This Master's thesis deals with processing business plan of establishment of a pension house in Suchá Loz. The aim is to determine possible scenarios based on the marketing research in the local area. These variants are being reviewed focusing on the feasibility. Subsequently, the optimal variant is being proposed so it will be able to succeed in competitive environment.

Key words:

Pension, marketing research, competitor analysis, options, financial plan.

Bibliografická citace:

VYSTRČILOVÁ, M. *Podnikatelský záměr – založení penzionu*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2009. 88 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předloženou diplomovou práci jsem zpracovala samostatně, všechna citace použitých pramenů je úplná a v práci jsem neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně, dne 20. 5. 2009

.....

Podpis

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu mé diplomové práce Ing. Tomáši Heraleckému, Ph.D., příteli Ing. Marku Sousedíkovi, rodině a přátelům za cenné rady a podporu při zpracování této práce.

Obsah

Úvod	8
1 Vymezení problému a cíle práce.....	9
2 Teoretická východiska práce	10
2.1 Podnikatelský plán	10
2.2 Marketingový výzkum – analýza trhu	12
2.3 Postup analýzy trhu	12
2.4 Obecné metody a postupy výzkumu	14
2.5 Sestavení dotazníku.....	15
2.6 Nástroje analýzy prostředí	15
2.6.1 Analýza SLEPT	16
2.6.2 Porterova analýza 5ti konkurenčních sil	16
2.6.3 Analýza SWOT	20
2.7 Právní forma podnikání	20
2.8 Marketingový mix – 4P.....	21
2.9 Měření efektivity investice	22
2.9.1 Index rentability (IR)	23
2.9.2 Čistá současná hodnota (ČSH)	23
2.9.3 Doba návratnosti investice (DN)	24
2.9.4 Vnitřní výnosové procento (VVP).....	25
3 Analýza problému a současné situace	26
3.1 Analýza trhu	27
3.1.1 Charakteristika místa	33
3.1.2 Analýza obecného okolí – SLEPT	36
3.1.3 Analýza oborového okolí.....	39
3.1.4 Analýza konkurence	40
3.2 Analýza možností financování	43
3.2.5 Informace o úvěrech od peněžních ústavů.....	43
3.2.6 Informace o dotacích	48
3.3 Stanovení variant podnikatelského záměru.....	49

4	Vlastní návrhy řešení.....	52
4.1	Založení firmy.....	52
4.2	Návrh realizace varianty A	53
4.2.1	Návrh rekonstrukcí a předběžného vybavení.....	54
4.2.2	Energetická náročnost objektu.....	60
4.3	Personalistika.....	61
4.4	Marketingový mix	62
4.5	Investiční náklady projektu	65
4.6	Předpokládané finanční výsledky	67
4.7	Hodnocení efektivnosti projektu.....	70
4.8	Analýza rizik podnikatelského záměru.....	72
4.9	Harmonogram realizace projektu	74
5	Závěr	75
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	77
	SEZNAM PŘÍLOH.....	81

Úvod

Bílé Karpaty patří mezi turistické cíle vyhledávané jak českými, tak i zahraničními turisty. Obec Suchá Loz leží přímo na okraji tohoto pohraničního pohoří, tudíž je velmi dobře situovaná pro start různých výletů. Fakt, že se v této obci nachází pouze ubytovací zařízení skromnějšího typu, se stal podnětem pro vypracování tohoto podnikatelského záměru.

Příprava podnikatelského záměru není jednoduchou záležitostí. Zvláště pro začínajícího podnikatele, který nemá historii podnikání a začíná úplně od základů. Právě proto jsou vypracovávány podnikatelské plány, které mají pomoci k uplatnění nového výrobku či služby na trhu.

Základním bodem podnikatelského plánu je analýza možností a konkurence v dané oblasti. Každý podnikatel si musí být vědom silných a slabých stránek konkurentů i sebe samého. Na jejich základě pak může dál stavět své záměry v dalším podnikání. V neposlední řadě by měl podnikatel věnovat pozornost analýze obecných legislativních a právních aspektů, neboť právě ty jej mohou v budoucnu zásadně ovlivnit prostřednictvím zákonů a vyhlášek.

Podnikatelský plán by měl být klíčovým dokumentem v cestě za cílem podnikatele. Zpracování podnikatelského záměru v budoucnu významně ovlivňuje úspěšnost projektu ve smyslu přesvědčení investora k poskytnutí kapitálu, v umění vyvarování se analyzovaným rizikům a v přesnosti vyčíslení příjmů a výdajů na počátku, i v dalších letech jeho podnikání.

Úspěšnost firmy závisí s velkou měrou na její schopnosti neustále se přizpůsobovat rychle se měnícím podmínkám na trhu. Každá firma bojuje s konkurencí a snaží se získat zákazníky na svou stranu. Je přímo žádoucí poskytovat stále nové služby, které zákazníka uspokojí.

1 Vymezení problému a cíle práce

Cílem této diplomové práce je důkladně zanalyzovat možnosti trhu v oblasti poskytování ubytovacích služeb v mikroregionu Východní Slovácko a zvážit možnost založení penzionu v obci Suchá Loz. Tento podnikatelský záměr by měl poskytnout návrhy řešení pro situaci po analýze prostředí a zhodnotit možnost realizace některého z nich. Vše by mělo vést k zisku potřebných finančních prostředků pro realizaci a k úspěšné aplikaci projektu do praxe.

Diplomová práce je členěna do 5 kapitol, z nichž některé jsou dále rozděleny na podkapitoly, případně další podřazené podkapitoly. Stěžejní jsou kapitoly 3 a 4 s vlastní analýzou a návrhy řešení.

V kapitole 2 je kompletace teoretických poznatků vedoucích ke správnému postupu sestavení podnikatelského plánu. Obsahem dalších podkapitol je pak problematika provedení marketingového výzkumu a analýz okolního prostředí.

Následující, nejrozsáhlejší část, je soustředěna na praktickou analýzu současné situace, která zahrnuje analýzu zákazníků, místa podnikání, konkurence a okolních vlivů. Podstatou výzkumu je dotazník – cca 10-15 otázek - položených širokému spektru lidí v mikroregionu Východní Slovácko. Účelem jeho sestavení je zjištění potřeby založení penzionu v Suché Lozi. Tato analytická část dále obsahuje možnosti financování podnikatelských záměrů formou úvěrů a dotací. Na základě provedených výzkumů jsou stanoveny varianty založení penzionu v této obci.

Čtvrtá kapitola popisuje vlastní návrhy realizace projektu. Nejvýhodnější varianta je rozpracována z hlediska struktury proveditelnosti s výčtem činností s ní spojených. Následovat budou předpovědi finančních výsledků v příštích letech a výpočty finančních ukazatelů. Poslední podkapitoly této práce jsou věnovány analýze rizik projektu a harmonogramu realizace.

Poslední částí práce je závěr a zhodnocení celého projektu.

Jelikož poskytovatel financí pečlivě hodnotí nadějnost podnikatelského záměru, hodnotu a návratnost poskytnutých zdrojů, bude snahou autora důkladné zmapování prostředí a navržení projektu v co nejreálnější variantě.

2 Teoretická východiska práce

Teoretická část se zaměřuje na poznatky týkající se podnikatelského plánu, jeho důležitosti pro podnikatelský subjekt a způsobu vypracování. Následující kapitola je věnována marketingovému výzkumu a v poslední části pojednává o možnostech a metodách analýzy trhu.

2.1 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je ústředním dokumentem při počátečním financování podniku, resp. při podávání žádosti o bankovní úvěr. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán proto může významně přispět k úspěšnému podnikatelskému startu a to ziskem důvěry u finanční instituce.

Důvody pro vypracování

Podnikatelský plán zabezpečuje prosperitu a úspěšný rozvoj podniku v náročných podmínkách tržní ekonomiky. Úkolem plánu je také shromažďování informací a analýz k tomu, abychom byli pevně přesvědčeni o prosperitě našeho podnikání ještě za 10 let. (9)

Podnikatelský plán je nezbytným prostředkem pro získání prostředků ve formě:

- bankovních úvěrů,
- kapitálu od soukromých a institucionálních investorů,
- kapitálu od společností rizikového kapitálu,
- dotací ze státních fondů a z fondů Evropské unie.

Hodnocení podnikatelského plánu bankou

Některé banky předepisují zájemcům o úvěr vlastní strukturu podnikatelského plánu. Podnikatelský plán musí být vypracován na základě realistické koncepce, musí být přesvědčivý a srozumitelný.

Nutnou součástí je také zdůvodnění, proč má produkt šanci prosadit se na námi zvoleném trhu, dále vytyčení znaků jedinečnosti našeho výrobku či služby.

Veškeré plány musí být podloženy reálnými předpoklady a fakty. Banka i investor hledají v podnikatelském plánu informace, jež poslouží pro stanovení podmínek účasti banky na financování našeho záměru. (9)

Podnikatelský plán jako nástroj řízení

„Podnikatelský plán je pro zakladatele firmy ústřední řídicí dokument.“ (9, str. 13)

At' už se začínající (či investující) podnikatel rozhodne vypracovat plán vlastními silami, či za pomoci odborníků, měly by být na začátku dohodnuty jednotné cíle a strategie, včetně postupů a opatření vedoucích k jejich dosažení. Celý dokument by měl být strukturovaný, je vhodné prodiskutovat jej s odborníky.

Po úspěšném zisku financí se podnikatelský plán stává nástrojem pro srovnávání plánu se skutečností. Veškeré marketingové plány i finanční propočty by měly odrážet odbornou studii dokumentů. Postupem doby bychom měli náš plán upravovat, a to především zpřesňováním a aktualizací dříve jen odhadovaných údajů. Slabiny a rizika v našem dokumentu musí odrážet realitu, aniž bychom však vrhali špatné světlo na náš podnikatelský záměr. Roli také bude hrát správné vyjadřování našich myšlenek. (9)

Finanční plánování

„Plánování finančních toků (příjmy a výdaje) tvoří integrující část podnikatelského plánu.“ (9, str. 118)

U nových menších firem bývá tato oblast často zanedbávána. Nedostatečnost a neúplnost finančního plánování se projevuje zvláště v těchto aspektech:

- nedostatečná hodnota vstupního kapitálu,
- problémy se solventností,
- postupné technické a technologické zaostávání našich produktů a služeb (potažmo celé firmy),
- chybějící prostředky na rozvoj marketingu,
- a další (vedoucí ke krizi nebo riziku konkursu firmy).

V podnikatelském plánu je vhodné brát na zřetel platební morálku našich budoucích zákazníků. (9)

2.2 *Marketingový výzkum – analýza trhu*

„Náplní marketingového výzkumu je získávání, analýza a hodnocení informací o trhu a jeho okolí, zahrnující především takové faktory, jako je poptávka a konkurence, potřeby a chování zákazníků, konkurenční produkty a marketingové nástroje.“ (2, str. 35)

Potřebná data a informace se obvykle získávají buď z informačních zdrojů již provedených výzkumů, zpráv či statistik - desk research, nebo pomocí speciálního šetření přímo v terénu (dotazníky, interview, pozorování) – field research. Již dostupná data a informace mají převážně charakter kvantitativní, naopak speciální šetření vede spíše k nekvantitativním údajům. (15)

Stanovení marketingových cílů

Cíle rozlišujeme na krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé. Z praktických důvodů se nejprve formulují cíle kvantitativní, protože jejich kontrola je jednodušší, pak následuje formulace cílů kvalitativních. Při stanovení cílů je třeba určit cíle všeobecné a speciální a získat souhlas nadřízených i podřízených pracovníků. (2)

2.3 *Postup analýzy trhu*

1) Stanovení cílového trhu projektu (základní definice problému) – je třeba si ujasnit cíle, potřeby a důvody pro marketingový výzkum. Dále stanovit potenciální zákazníky, včetně jejich potřeb a zvyků, provést analýzu konkurence a předpověď budoucího vývoje trhu. (2)

2) Analýza zákazníků – různé trhy mají obvykle různé charakteristiky z hlediska chování zákazníků.

Je žádoucí odpovědět si (mimo jiné) např. na následující otázky:

- Proč potřebuji výzkum?
- Jaké informace potřebuji získat?
- Kdo budou moji respondenti?
- Kdo bude výzkum provádět?
- Jaké metody k tomu budou využity?
- Kolik mě to bude stát? (2)

3) Definování segmentů trhu – při této analýze se nabízí 2 možnosti – analýza trhu jako celek, nebo dle jednotlivých segmentů. 2. varianta je přesnější z hlediska specializace na jednotlivé chování zákazníků daných segmentů. Pro tyto účely jsou segmenty členěny na:

- a) geografické či lingvistické hledisko (národnost, bydliště,...);
- b) sociálně-demografické hledisko (věk, pohlaví, vzdělání,...);
- c) psychologické hledisko (inovativnost zákazníků, jejich status,...). (2)

4) Analýza tržní konkurence – konkurence bývá vážným měřítkem úspěšnosti našeho projektu a podílu na trhu.

„V náročných podmínkách tržní ekonomiky nemůže být úspěšná firma, která nezná dobře svoji konkurenci.“ (2, str. 36)

Základem pro efektivní analýzu je specifikovat nejbližší a nejvýznamnější konkurenty, znát jejich cíle, chování, silné a slabé stránky, zvážit možnosti vstupu další konkurence a substitučních výrobků či služeb. (2)

5) Analýza distribučních kanálů – jedná se o identifikaci cest mezi výrobcí, maloobchody, maloobchody a konečnými spotřebiteli. Součástí této analýzy je hodnocení předností a úskalí jednotlivých distribučních kanálů. (2)

6) Analýza oboru – cílový obor je vhodné charakterizovat z hlediska životního cyklu (v jaké situaci se momentálně nachází a jaký vývoj je očekáván) a intenzity konkurence (závislé na bariérách vstupu do odvětví, vyjednávací síle dodavatelů a odběratelů a na tlaku substitučních produktů). (2)

Po kompletaci všech dosažených výsledků výzkumu bychom měli být schopni vytyčit příležitosti a rizika našeho podnikatelského projektu. Je vhodné stanovit si hypotézy, které shrnují dosavadní poznání problému. Mohou se nám totiž stát návodem na pokračování našeho výzkumu. (2)

2.4 *Obecné metody a postupy výzkumu*

Pozorování

Je to metoda založená na přesném zapisování vypořizovaných jevů. Posuzují se vztahy, činnosti, reakce apod., jak ve skutečnosti probíhají.

Dotazování

Dotazování je pravděpodobně nejpoužívanější metoda, jejímž základem je správně formulovaný dotaz. Je třeba si nejdříve uvědomit, co má být předmětem dotazu, a poté přesný dotaz položit správné osobě a ve správný čas.

Expertní vyjádření

Metoda spočívá v oslovení renomovaných odborníků se žádostí o zpracování expertízy, jejich vyhodnocení a zpracování syntetického výstupu. Nevýhodou této metody může být časová náročnost a finanční stránka (pokud má člověk známé, jde to lépe).

Zobecňování a třídění informací

Zobecňování je myšlenkové vystižení toho, co je předmětům a jevům společné. Na tomto základě se pak porovnávají jejich možná spojení. Nutným předpokladem pro zobecňování je vzájemné srovnání předmětů a jevů.

(5)

2.5

Sestavení dotazníku

Dotazník je jedním z nejčastěji užívaných prostředků pro sběr dat. Tvoří jej soubor otázek, které mají za cíl získat mínění respondentů k dané problematice. Ideálním počtem je 10 – 20 otázek, přičemž doba vyplnění by neměla přesahovat 10 minut. Jinak se dotazník stává zdlouhavým, což může ovlivnit výsledky respondentů. Oproti jiným typům užívaných průzkumů (např. pozorování, osobní či telefonický rozhovor, atd.) se jednodušeji vyhodnocuje a zpracovává. (9)

Základními předpoklady pro úspěšnost a využitelnost dotazníku jsou:

- správná formulace otázek,
- navržení adekvátních odpovědí,
- vhodná posloupnost a seskupování otázek,
- je vhodné vložit na začátek či konec dotazníku také několik slov k představení a účelu tohoto dotazníku (motivace respondentů).

Vyhodnocení dotazníku

Dotazníky se zpravidla vyhodnocují nejen dle počtu odpovědí u jednotlivých otázek, nýbrž i z hlediska struktury respondentů a formy sběru dat dotazníku (elektronický, tištěný).

2.6 *Nástroje analýzy prostředí*

Pro efektivní vypracování podnikatelského záměru musí společnost sbírat informace o konkurenci, okolním prostředí a o zákaznících.

Konkurentem je firma, která se snaží uspokojit svými produkty tytéž potřeby u potenciálně stejných zákazníků. Je třeba stále kontrolovat nabídku trhu v našem odvětví a snažit se nabídnout zákazníkovi něco, čím upoutáme jeho pozornost a přimějeme ho k využití právě našich služeb. Předmětem zkoumání jsou strategie prodeje, sortiment výrobků a služeb, cíle jednotlivých konkurentů a co nejpřesnější odhad předností a slabin. Přehled silných a slabých stránek konkurentů by nám měl pomoci při volbě vhodného způsobu a načasování prodeje výrobků či služeb.

Prostředí, v němž se firma chystá podnikat, ovlivňuje budoucí výsledky podnikání. Hlavním cílem je rozpoznat nové příležitosti, jejichž využití posune firmu kupředu. Čím

více toho o ekonomice, trzích, konkurenci a zákaznících podnikatelský subjekt ví, tím úspěšnější bude na trhu.

2.6.1 Analýza SLEPT

Je jednoduchým, ale přesto efektivním nástrojem k ohodnocení vlivu faktorů globálního prostředí na podnik.

Vychází z analýzy minulého stavu, současného stavu a prognózy budoucího vývoje společnosti a jejího okolí.

Sociální vlivy

Tato část hodnotí: demografický vývoj, mobilita pracovních sil, vzdělání a kvalifikace pracovníků, životní styl, rozdělení příjmů, životní hodnoty.

Legislativní vlivy

Tato část hodnotí: zákony, vyhlášky, právo, daně, smlouvy, dohody.

Ekonomické vlivy

Tato část hodnotí: růst HDP, inflace, nezaměstnanost, množství peněz v oběhu, obchodní bilance, kurz měny, úrokové míry, vyrovnanost veřejných rozpočtů, struktura spotřeby, úroveň a struktura investic.

Politické vlivy

Tato část hodnotí: politická stabilita, stabilita vlády, podpora zahraničního obchodu, daňová politika, integrační politika, ochrana životního prostředí.

Technologické vlivy

Tato část hodnotí: nové vynálezy a patenty, rychlost realizace nových technologií. (2)

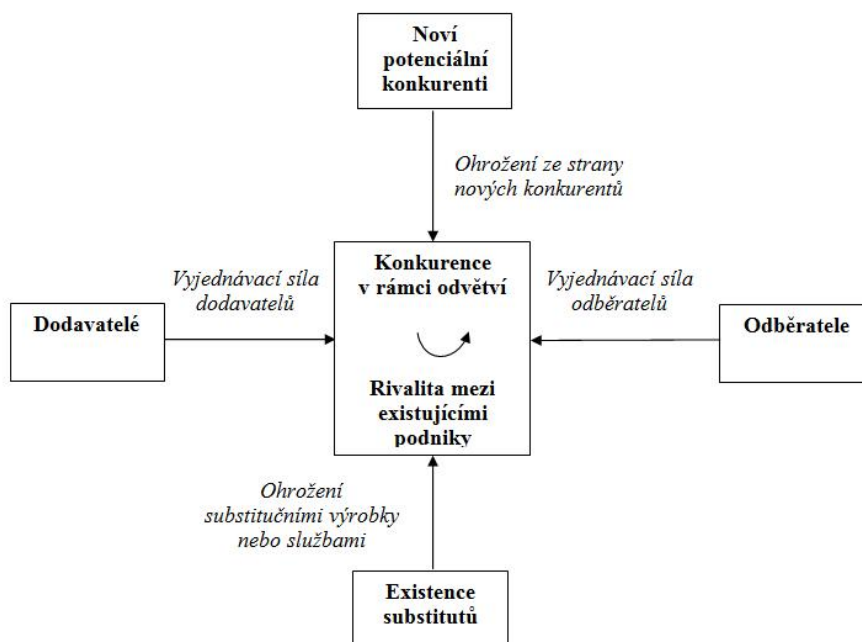
2.6.2 Porterova analýza 5ti konkurenčních sil

„Vypracovat konkurenční strategii v podstatě znamená vypracovat širší zásady určující, jak bude podnik konkurovat, jaké by měly být jeho cíle a jaká opatření budou nezbytná k dosažení těchto cílů.“ (6, str. XI)

Cílem je tedy nalézt v odvětví takové postavení, v němž může podnik nejlépe čelit konkurenčním silám, nebo jejich působení obrátit ve svůj prospěch. Hlavní klíč k vypracování strategie spočívá v hlubokém analyzování zdrojů všech působících sil. Souhrnné působení těchto sil často bývá značně bolestivé pro všechny konkurenty. (6)

Michael E. Porter stanovil 5 hybných konkurenčních sil (viz obr. 1), na kterých závisí úroveň konkurence v odvětví. Společné působení těchto pěti sil stanovuje potenciál konečného zisku z odvětví. Tento zisk je měřen z hlediska dlouhodobé návratnosti investovaného kapitálu. Potenciál konečného zisku se v jednotlivých odvětvích různí v návaznosti na působení konkurenčních sil. (6)

Obrázek 1 - Porterova teorie konkurenčních sil



Zdroj: Porter (6)

Síla nově vstupujících firem

Firmy, při snaze vstoupit do odvětví, přinášejí s sebou novou kapacitu, vyvolanou snahou získat tržní podíl a další zdroje pro své podnikání. Nová konkurence tlačí často ceny výrobků směrem dolů a náklady na jejich výrobu směrem nahoru.

Hrozba vstupu nového hráče do odvětví závisí především na bariérách vstupu a na reakci stávajících účastníků, jenž může být očekávána. Jsou-li překážky na straně

vstupu (s ohledem na budoucnost i výstup) vysoké, je v tomto odvětví hrozba nových vstupů malá. (6)

Dle M. E. Portera je bráno na zřetel několik hlavních bariér vstupu:

a) *úspory z rozsahu* – můžeme se s nimi setkat téměř v každém odvětví. Podstatou je snižování ceny za jednotku zboží v závislosti na zvyšování objemu produkce v určitém období.

b) *diferenciace produktu* – zákazníci jsou věrni svým značkám zavedených firem. Nově vstupující subjekt musí vynaložit velké náklady na překonání existující loajality zákazníků, vzniklé např. z minulých reklam, zaběhlého servisu zákazníkům, či jednoduše z toho, že „oni“ tu byli dřív.

c) *kapitálová náročnost* – nutná počáteční investice do výrobního zařízení, reklamy či do výzkumu a vývoje se může stát pro vstupující podnik velmi riskantní až nenávratnou investicí.

d) *náklady přechodu* - jedná se o „... jednorázové náklady, jež musí vynaložit kupující, přecházející od produkce jednoho dodavatele k produkci jiného dodavatele.“ (6, str. 10) Patří sem náklady na nákup doplňkového nebo nového zařízení, přeškolení zaměstnanců, ušlý čas a analýzu nových zdrojů.

e) *přístup k distribučním kanálům* – mnohdy vysoké náklady na zajištění vlastní distribuční sítě, náklady na reklamu a čas strávený přesvědčováním obchodníků, aby našemu zboží vyčlenili v prodejně místo, apod.

f) *absolutní výhody nízkých nákladů nezávislých na rozsahu výroby* – nově vstupující firmy často nemohou dosáhnout na výši nákladů již zaběhlých firem. Brání jim v tom přístup k potřebným technologiím, surovinám, nedostatek zkušeností, vládní subvence, apod.

g) *vládní politika* – vláda může pro odvětví stanovit licence nebo omezit přístup k surovinám, dále pak stanovuje normy znečištění ovzduší, bezpečnostní a technické předpisy, apod. (6)

Síla konkurence v odvětví

K soupeření mezi stávajícími konkurenty dochází v podobě manévrování o zisk výhodnějšího postavení. Prostředkem bývá zpravidla cenová konkurence, reklamní kampaň, prezentace nového výrobku či zlepšování servisu a doprovodných služeb. „K soupeření dochází z důvodu, že jeden nebo více konkurentů buď pociťují tlak, anebo vidí příležitost k vylepšení své pozice.“ (6, str. 17)

Firmy jsou na sobě vzájemně závislé, což se projevuje ve vyvolávání odvet při zavádění nových výrobků a služeb.

Intenzita soupeření v odvětví se průběžně mění a závisí na několika faktorech:

- velikost a rozmanitost konkurentů,
- velikost a růst odvětví,
- nedostatečná diferenciaci,
- výstupní překážky. (6)

Nebezpečí substitučních výrobků

Každá firma více či méně stále soupeří s konkurenčními substitučními výrobky. Vyhledávání substitutů vlastně znamená hledání výrobků, které zákazníkovi mohou splnit tutéž funkci, jako produkt daného odvětví. Nebezpečí substitutu se zvyšuje při větší pružnosti zákazníka. Jedná se o situace, kdy se kvalita a cena substitutu zlepšuje v poměru k našemu výrobku, nebo v případě, že zákazníci mohou lehce přecházet od našeho výrobku k substitutu. (6)

Vyjednávací síla odběratelů

Odběratelé usilují o dosažení vyšší kvality a staví konkurenty proti sobě. Svým manévrováním tlačí ceny dolů.

Moc skupiny odběratelů stoupá tehdy, když:

- je skupina koncentrovanější anebo nakupuje velké objemy (zejména u výrobků s vysokými fixními náklady);
- nakupuje výrobky standardizované nebo nediferencované - odběratelé jsou si vědomi, že stejné výrobky mohou nakoupit u řady dalších dodavatelů a mohou je tak tlačit do cenových ústupků;

- jestliže nehrozí velké náklady přechodu.

Jednotlivé faktory se však, vzhledem k zesílení různých vlivů, mění v závislosti na čase. (6)

Vyjednávací síla dodavatelů

Vlivní dodavatelé mohou v odvětví tlačit ziskovost vzhůru zvyšováním vlastních cen. V podstatě zde platí podobné faktory jako u odběratelů.

Skupina dodavatelů zvyšuje své postavení, když:

- je nabídka ovládána několika společnostmi – tedy je koncentrovanější než odvětví, jemuž výrobky či služby dodává;
- dodává výrobky diferencované a daří se jí vytvářet náklady přechodu při změně dodavatele.

V řadě odvětví patří k dodavatelům i odběratelům vláda. Ovlivňuje snad všechna odvětví - přímo i nepřímo. (6)

2.6.3 Analýza SWOT

Pro účely vytipování klíčových aspektů budoucího plánování se nabízí využití zjednodušeného postupu tvorby SWOT analýzy. Hodnotí se zde silné a slabé stránky (SW) – strengths, weaknesses, zejména se zaměřením na interní prostředí firmy, a příležitosti a hrozby (OT) - opportunities, threats, zejména se zaměřením na externí prostředí firmy. V běžné marketingové praxi se SWOT analýza tvoří ze souboru potřebných externích a interních analýz firmy. (2)

2.7 Právní forma podnikání

Výběr právní formy podnikání je důležitou částí podnikatelského plánu, protože v budoucnu může velmi vážně ovlivnit hospodaření firmy. Před založením firmy by měl začínající podnikatel zvažovat nejrůznější hlediska, např. daňové hledisko, výši základního kapitálu, možné společníky, místo podnikání, atd.

2.8 *Marketingový mix – 4P*

Marketingový mix představuje soubor nástrojů (v angličtině čtyři P) – produkt (product), cenu (price), místo (place), a propagaci (promotion), s jejichž pomocí marketingový manažer utváří vlastnosti služeb nabízených zákazníkům. Jednotlivé prvky mixu může manažer namíchat v různé intenzitě a v různém pořadí. Slouží stejnému cíli, uspokojit potřeby zákazníků a přinést zisk organizaci.

Struktura 4P slouží k ujasnění si: co budu prodávat, za jakou cenu, jakými distribučními kanály a jaký typ propagace si k tomu zvolím. (3, 4)

Produkt

Produktem (službou) rozumíme vše, co organizace nabízí spotřebiteli k uspokojení jeho hmotných i nehmotných potřeb. Klíčovým prvkem definujícím produkt (či službu) je jeho kvalita. Rozhodování o nabízeném produktu se týká jeho vývoje, životního cyklu, image značky a sortimentu produktu. (3)

Cena

Manažer rozhodující o ceně si všímá především nákladů, relativní úrovně ceny, úrovně konkurenceschopné poptávky, úlohy ceny při podpoře prodeje (různých slev), dále úlohy ceny při snaze o soulad mezi reálnou poptávkou a produkční kapacitou v místě a čase. Vzhledem k nehmotnému charakteru služeb se cena stává významným ukazatelem kvality. Neoddělitelnost služby od jejího poskytovatele znamená další specifika při tvorbě cen služeb. (3)

Místo - distribuce

Rozhodování o distribuci souvisí s usnadněním přístupu zákazníků ke službě. Určuje místní lokalizaci (umístění služby) a pohyb hmotných prvků, tvořících součást služby. (3)

Propagace

Je velmi důležité rozhodnout se pro nejvíce efektivní způsob propagace produktu/služby. Podstatou samotné propagace je, aby investice do ní vložené se

formou zvýšeného zájmu zákazníků, a s tím souvisejícím zvýšením prodeje, vrátily. Mezi nejpoužívanější formy propagace patří např. reklama, internetové stránky, public relations, propagace v odborných časopisech, sponzorování různých kulturních a sportovních akcí, apod. (3)

Tabulka 1 - Struktura "čtyř P"

Produkt	Cena
Kvalita	Úroveň
Rozsah	Slevy
Úroveň značky	Platební podmínky
Záruky	Vnímání hodnoty služeb zákazníkem
Prodejní služby	Cena vs. kvalita
Místo	Propagace
Pokrytí trhu distribucí	Reklama
Distribuční kanály	Podpora prodeje
	Public relations

Zdroj: KOTLER (4)

2.9 Měření efektivity investice

Investice je obecně považována za obětování současného důchodu za příslib důchodu budoucího se ziskem. Porovnáváme tedy vynaložený kapitál s výnosy, jenž investice přinese (roční výnosy za období životnosti). Výnosem je poté přírůstek zisku po zdanění a přírůstek odpisů, které se vrací do podniku v ceně prodaných výrobků. Finálním výsledkem je poté rozhodnutí, zda investici uskutečníme, nebo v případě několika variant, kterou zvolíme. (7, 8)

Podstatou rozhodování o investici jsou výsledky propočítaných ukazatelů ekonomické efektivity. Nejčastěji používanými ukazateli jsou:

1. Index rentability
2. Čistá současná hodnota
3. Doba návratnosti investice
4. Vnitřní výnosové procento

(7,8)

2.9.1 Index rentability (IR)

Veličina Index rentability je poměrovým ukazatelem efektivnosti investičního projektu. Představuje poměr očekávaných diskontovaných peněžních příjmů z investice k počátečním kapitálovým výdajům.

Investice je výhodná, pokud je uvedený podíl vyšší než 1. (7)

Vzorec pro výpočet IR:

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^N \frac{Pt}{(1+i)^t}}{KV} \quad (7)$$

Kde:

Pt – příjem z investice v jednotlivých letech,

i – diskontní sazba investičního projektu,

Kv – kapitálový výdaj v Kč,

N – doba životnosti investice,

t – roky životnosti investice.

Index rentability se doporučuje používat jako kritérium výběru investičních variant projektů v případech, kdy se má rozhodovat mezi několika projekty, avšak kapitálové zdroje jsou omezeny. V tomto případě není možné přijmout všechny projekty, i když mají kladné výsledky čisté současné hodnoty. Přijmout lze jen ty projekty, které mají nejvyšší zhodnocení na jednotku investovaných prostředků. (7)

2.9.2 Čistá současná hodnota (ČSH)

Teoreticky nejpřesnější metoda investičního rozhodování, založená na respektování faktoru času pomocí diskontování.

ČSH vyjadřuje, v absolutní výši, rozdíl mezi SH peněžních příjmů z investice a SH kapitálových výdajů na pořízení investice. Ta varianta investic, která má vyšší SH, je považována za výhodnější. Za přijatelné jsou považovány všechny investice, jejichž ČSH je vyšší než nula. (7)

Vzorec pro výpočet: ČSH:

$$\check{C}SH = \sum_{t=1}^N \frac{Pt}{(1+i)^t} - KV \quad (7)$$

Kde:

ČSH – čistá současná hodnota investice,

N – doba životnosti investice,

i – úroková míra,

t – jednotlivé roky životnosti,

Pt – očekávané peněžní příjmy v n-tém roce existence,

KV – kapitálový výdaj.

„Ukazatel čisté současné hodnoty investice vyjadřuje efekt, který získáme nad rámec naší požadované výnosnosti. Z hlediska teorie podniku se jedná o hodnotu, která zvyšuje tržní hodnotu podniku. Z toho plyne i doporučení pro rozhodování o přijatelnosti, resp. zamítnutí investičního projektu.

Jestliže platí, že čistá současná hodnota je větší než 0, je investiční projekt pro podnik přijatelný, zaručuje požadovanou míru výnosu a zvyšuje tržní hodnotu podniku. Pokud je tato hodnota menší než 0, je investiční projekt pro podnik nepřijatelný, protože nezajišťuje požadovanou míru výnosu a jeho přijetí by snižovalo tržní hodnotu podniku. Pokud je čistá současná hodnota rovna 0, je investiční projekt přijatelný, protože zaručuje požadovanou míru výnosnosti, nezvyšuje však tržní hodnotu podniku.

Ukazatele čisté současné hodnoty můžeme používat i pro výběr optimální varianty. Optimální je projekt s nejvyšší kladnou čistou současnou hodnotou.“ (7, str. 54)

2.9.3 Doba návratnosti investice (DN)

Veličina doba návratnosti vyjadřuje počet let, za které se kapitálové výdaje spojené s variantou investičního projektu splatí ze zisku po zdanění.

Pro investora to znamená dobu, za kterou se mu vrátí zpět prostředky vložené do projektu. (7)

Vzorec pro výpočet DN:

$$DN = \frac{KV}{Zr} \quad (7)$$

Kde:

DN – doba návratnosti investice v letech,

KV – kapitálový výdaj,

Zr – průměrný roční zisk z investice v Kč.

„Ukazatel doby návratnosti je značně rozšířený pro svoji jednoduchost. Má však své nedostatky. Jde zejména o to, že nebere v úvahu příjmy z investičního projektu, které vznikají po době návratnosti až do konce životnosti.“ (7, str. 52)

2.9.4 Vnitřní výnosové procento (VVP)

Veličinu vnitřní výnosové procento lze definovat jako určitou úrokovou míru, při které se současná hodnota peněžních příjmů z investice rovná kapitálovým výdajům na eventuelní investice.

Vzorec pro výpočet VVP:

$$VVP = i_n + \frac{\check{C}SH_n}{\check{C}SH_n + \check{C}SH_v} * (i_v + i_n) \quad (7)$$

Kde:

$\check{C}SH_n$ – čistá současná hodnota investice při nižším úroku ($\check{C}SH$ je kladná),

$\check{C}SH_v$ – čistá současná hodnota investice při vyšším úroku ($\check{C}SH$ je záporná),

i_n – nižší úroková míra,

i_v – vyšší úroková míra. (7)

3 Analýza problému a současné situace

Vzhledem k tomu, že již mám za sebou bakalářský stupeň v oboru Daňového poradenství a v současnosti studuji magisterský obor Podnikové finance a obchod, rozhodla jsem se pro založení vlastní firmy.

Cestování patří mezi mé koníčky, a s tím i spojené neustálé zkoumání nových míst ubytování v různých zařízeních – počínaje stanem, ubytovnou, penzionem a hotelem konče. Tudíž pevně věřím, že v následujícím podnikatelském záměru najdu nejen možnost reálného budoucího výdělku, nýbrž i uspokojení a radost z vykonané práce.

Shromažďování dat a použité metody

Informace a data potřebná pro vytvoření mé práce jsem čerpala z těchto informačních zdrojů:

Teoretické poznatky – studium odborné literatury (viz použitá literatura)

Informace o okolí

- internetové stránky obce Suchá Loz, okolních vesnic a turistických cílů v okolí,
- konzultace s obyvateli,
- studium místních materiálů (osvědčení, archivní materiály, brožury a propagační letáky).

Informace o typech ubytování v ČR

- internetové stránky obsahující obecné informace o ubytovacích jednotkách,
- odborná literatura,
- návštěva okolních ubytovacích zařízení a jejich informačních materiálů, vč. webových stránek.

3.1 *Analýza trhu*

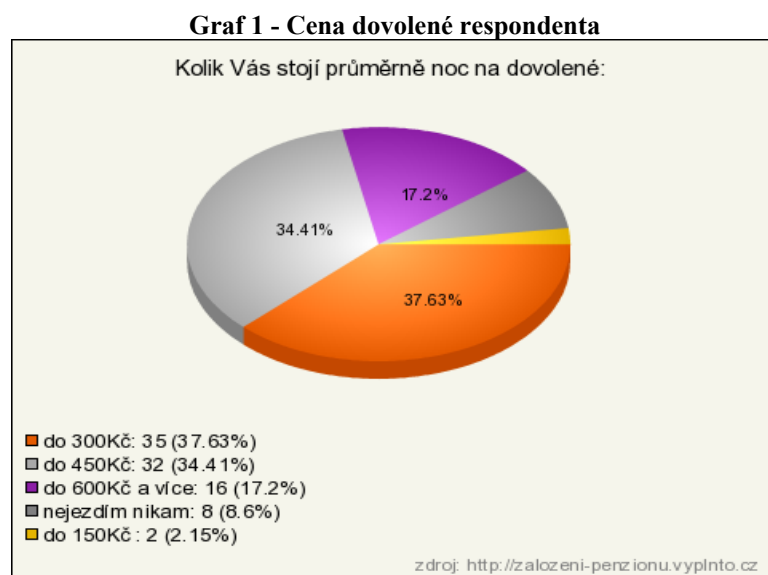
Stanovení cílového trhu projektu

Domnívám se, že v lokalitě Suchá Loz není plně využit možný potenciál ubytovacích zařízení. Se založeným penzionem bych se ráda umístila na trhu poskytovatelů ubytování a služeb v Suché Lozi.

Analýza zákazníků

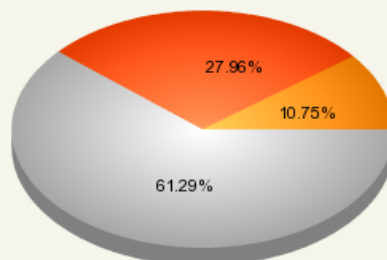
Za tímto účelem byl sestaven dotazník a umístěn na internetu na webových stránkách www.vyplnto.cz v prosinci roku 2008. Dotazník byl založen jako neveřejný, z důvodu zamezení možnosti klamavých odpovědí „zkoušejících“ a prostředí neznalých respondentů. Jednotliví respondenti se k němu dostali přes link zaslaný e-mailem, nebo z webových stránek obce.

Dotazník obsahoval 11 otázek, u kterých si respondent vybíral vždy z několika možností. Poslední 12. otázka byla ponechána jako prostor pro komentáře a návrhy respondentů.



Graf 2 - Vyjádření názoru na cenu 300,- Kč/noc

Cena za ubytování na 1 noc 300,- Kč z a osobu v Suché Lozi by byla podle Vás:

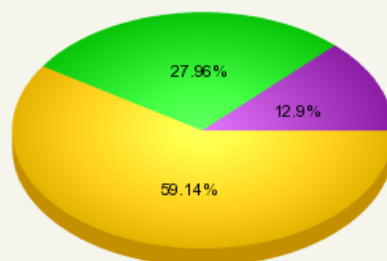


■ přiměřená: 57 (61.29%)
 ■ snesitelná: 26 (27.96%)
 ■ vysoká: 10 (10.75%)

zdroj: <http://zalozeni-penzionu.vypinto.cz>

Graf 3 - Nocleh hostů či turistů v Suché Lozi

Pokud přijedete do Suché Loze (pro občany pokud Vám přijedou hosté) nocujete (nocují) nejčastěji:

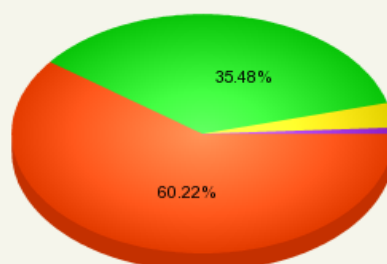


■ u známých: 55 (59.14%)
 ■ radši se vrátím (vracejí) domů: 26 (27.96%)
 ■ v okolních penzionech či hotelích: 12 (12.9%)

zdroj: <http://zalozeni-penzionu.vypinto.cz>

Graf 4 - Stanovisko k novému penzionu (1)

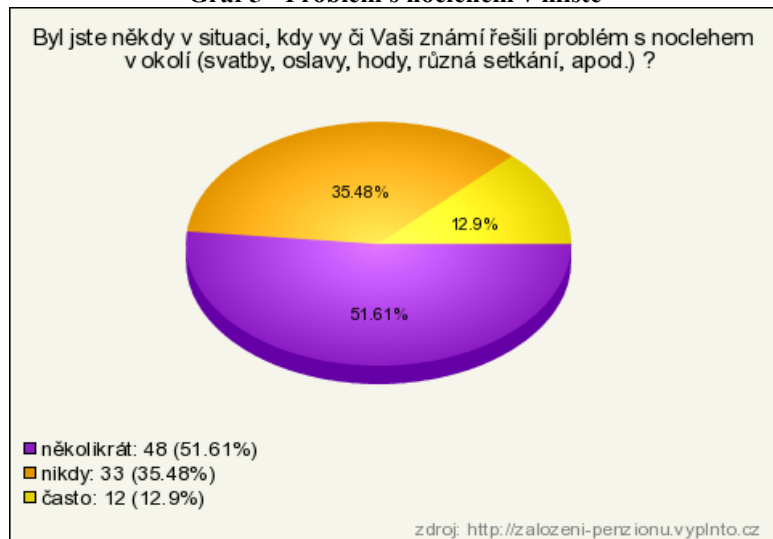
Nový penzion v Suché Lozi by znamenal pro obec:



■ spíše pozitivní: 56 (60.22%)
 ■ rozhodně pozitivní: 33 (35.48%)
 ■ spíše negativní: 3 (3.23%)
 ■ rozhodně negativní: 1 (1.08%)

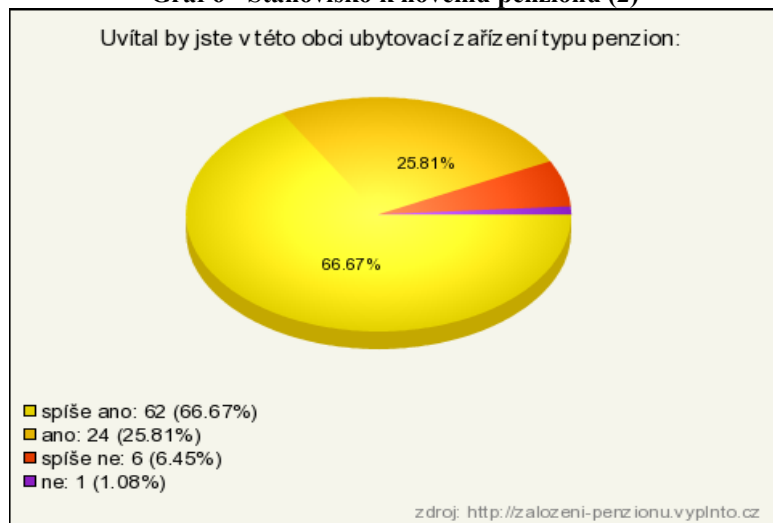
zdroj: <http://zalozeni-penzionu.vypinto.cz>

Graf 5 - Problém s noclehem v místě

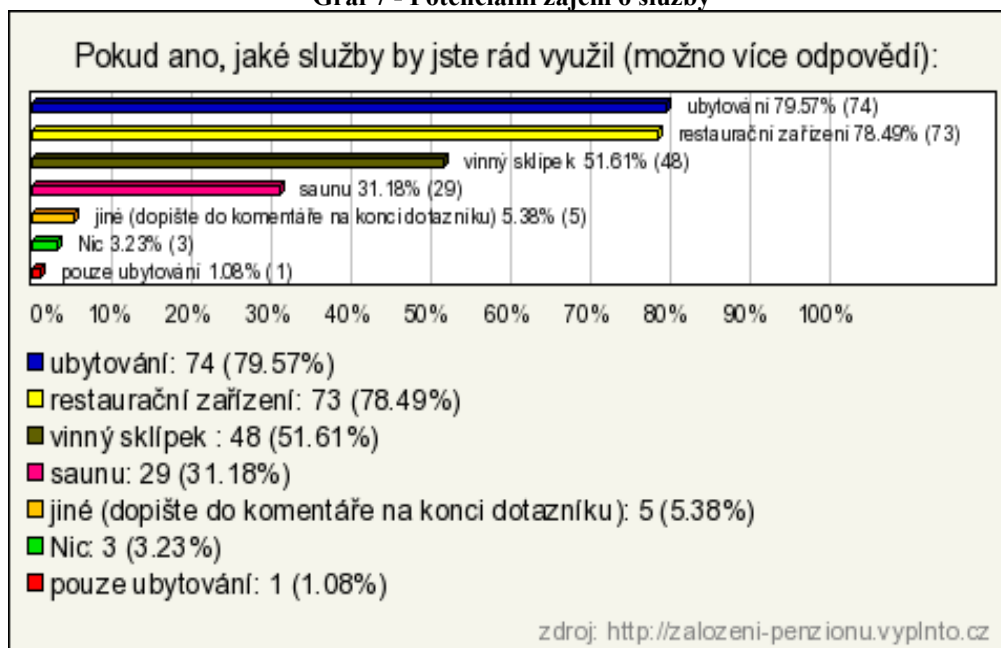


Odpověď nikdy případně několikrát (graf 5) se objevovala většinou v dotaznících od místních občanů a od těch, kteří bydlí v blízkosti Suché Lozi.

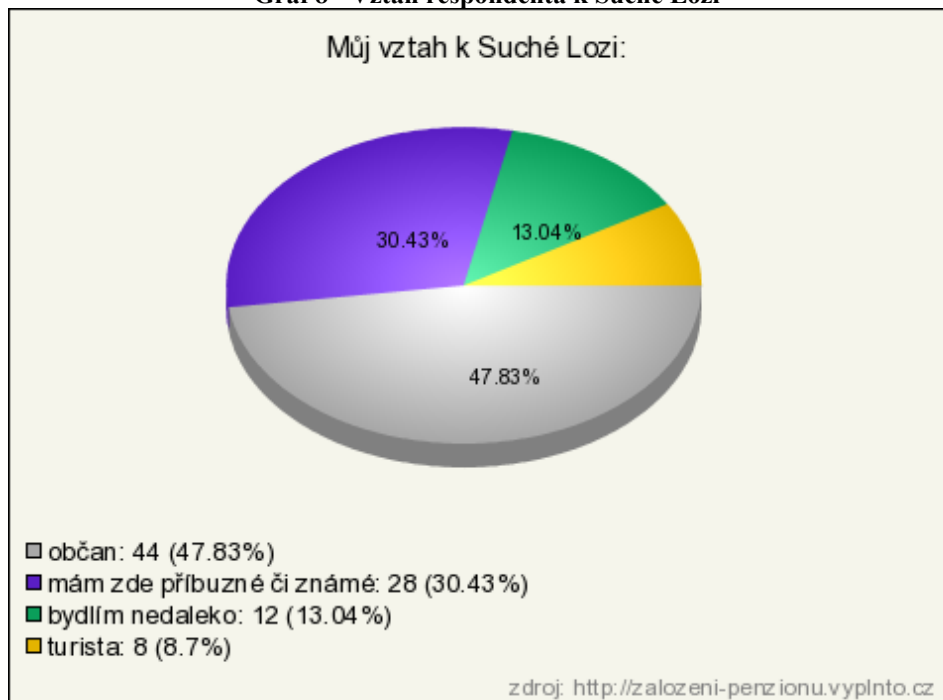
Graf 6 - Stanovisko k novému penzionu (2)



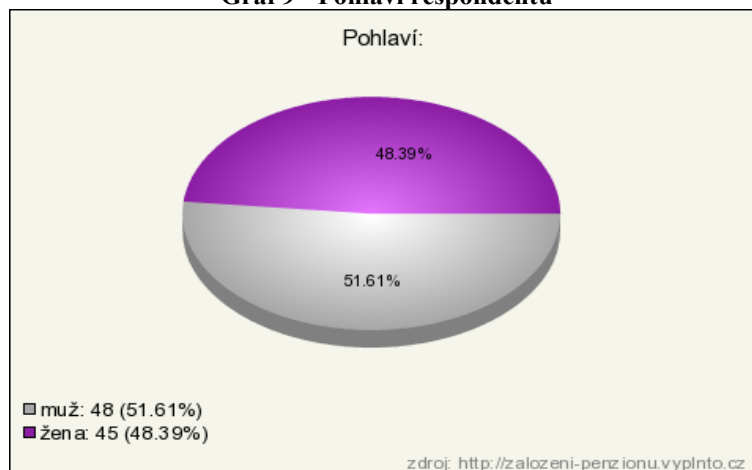
Graf 7 - Potenciální zájem o služby



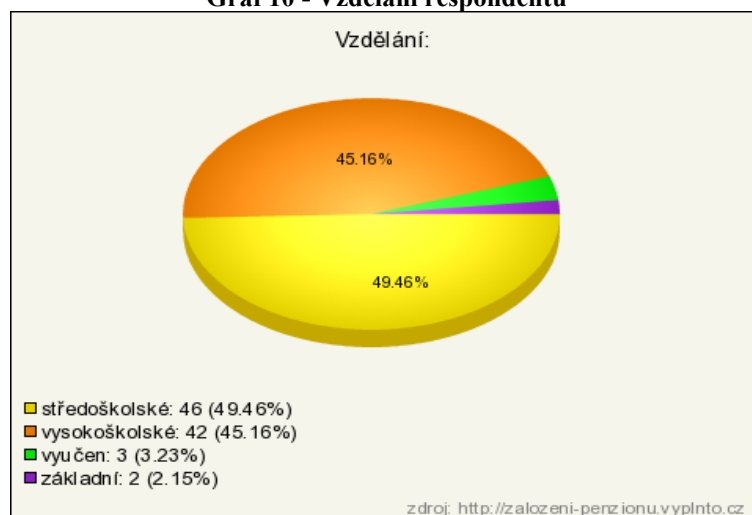
Graf 8 - Vztah respondenta k Suché Lozi



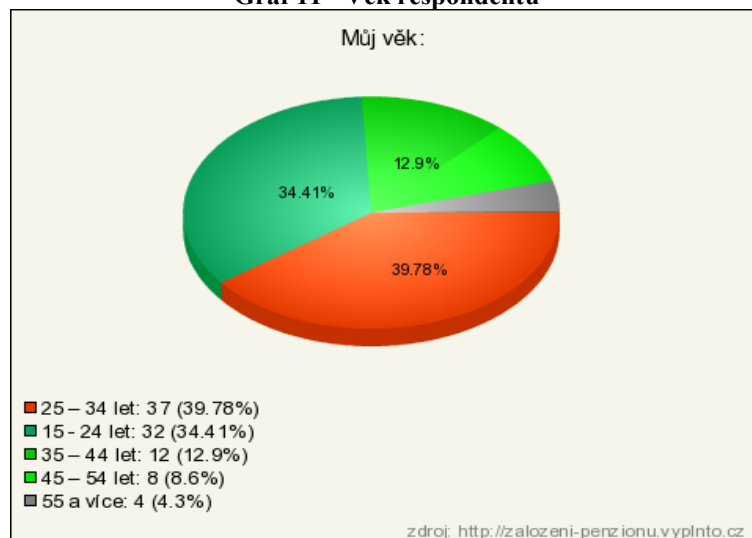
Graf 9 - Pohlaví respondentů



Graf 10 - Vzdělání respondentů



Graf 11 - Věk respondentů



Otázka č. 12. – Komentáře respondentů (nápady, či návrhy):

- Přínos pro mě by byl penzion se sportovním vyžitím, v ideálním případě areál s nekrytým bazénem.
- Pomohl by přímý kontakt s nějakou cestovní kanceláří pro Bílé Karpaty, která by turistům a rodinám s dětmi dohazovala levné ubytování po celý rok s možností využití zimního lyžování a v letním období i výlety do Trenčína, Luhačovic atd.
- Očekávala bych pohostinnost, protože si představuji, že v obci, jako je Suchá Loz, by penzion měl být spíše rodinného charakteru a s příjemnou atmosférou.
- Lákavé pobyty, např. relaxační víkendové kurzy pro ženy: kadeřník, líčení, výživa, oblékání, atd.
- Penzion rodinného typu by se hodil také pro cyklisty.
- V penzionu by byla dobrá malá prodejna krajových výrobků a suvenýrů, nebo místních specialit, případně malé informační centrum o nabídce sportovního a kulturního vyžití v kraji a okolí.
- Penzion by měl nabídnout něco jedinečného.

Analýza výsledků

Během jednoho měsíce dotazník vyplnilo 93 respondentů různých věkových kategorií a různého pohlaví. Jednalo se o osoby z mikroregionu Východní Slovácko, převážně ze Suché Lozi a okolí. Z těchto 93 respondentů mělo 46 osob středoškolské vzdělání, 42 mělo vysokou školu. Mezi dotázanými byly pouze 2 osoby se základním vzděláním a 3 s výučním listem. Respondenti byli převážně ve věkové kategorii 15-34 let.

Z výsledků dotazníků vyplývá, že většina dotazovaných je pro založení penzionu v této obci. Jako doplňkovou službu by využili restaurační zařízení, vinný sklípek, případně prodejnu krajových výrobků a suvenýrů.

Otevření restauračního zařízení jako doprovodné služby bylo rozhodnuto nevyužít z důvodu konkurence v místě a taktéž z důvodu prostorového omezení domu. Není však vyloučeno, že v blízké budoucnosti nebude otevřeno. Do budoucna bude tato varianta

jistě zvažována. Investice do bazénu by pravděpodobně v tomto případě neměla žádný význam, jelikož v okolních obcích je jich již několik.

Spolupráce penzionu a cestovní kanceláře není špatný nápad. Bylo by vhodné zaměřit se na již známé cestovní kanceláře a dopředu dojednat podmínky.

Tato diplomová práce se zaměřuje pouze na založení penzionu a vinného sklípku jako doplňkové služby.

3.1.1 Charakteristika místa

Malebná vesnička Suchá Loz se nachází na okraji CHKO Bílé Karpaty. V roce 2005 založilo 6 obcí mikroregion Východní Slovácko. V roce 2007 byla Suchá Loz zvolena Vesnicí roku Zlínského kraje.

Obrázek 2 - Mapa Zlínského kraje



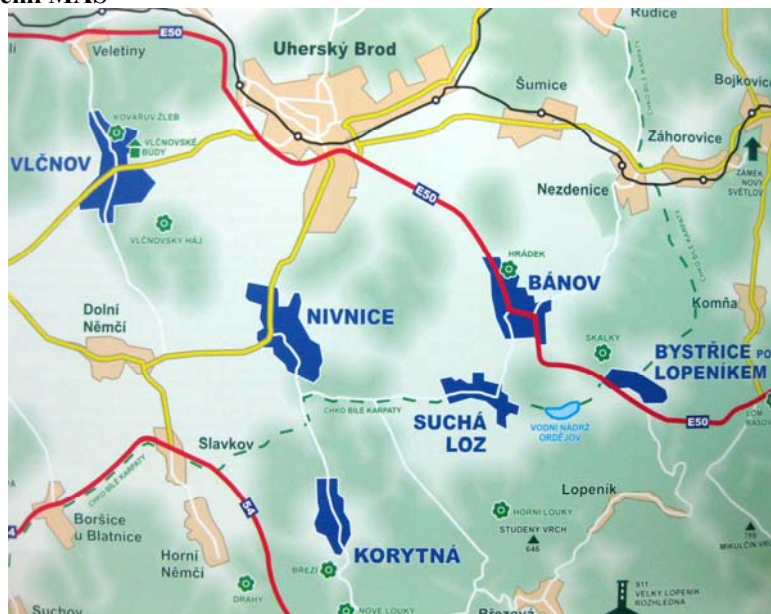
Zdroj: <http://spravni mapa.topograf.cz/zlinsky-kraj>

MAS Východní Slovácko

Místní akční skupina Východního Slovácka (dále jen „MAS“) je sdružení obcí Suchá Loz, Bánov, Vlčnov, Nivnice, Korytná, Bystřice pod Lopeníkem, Strání a města Uherský Brod. Dále jsou členy podnikatelé a neziskové organizace z těchto obcí (folklórní soubor, skautské středisko, zem.družstvo, aj.). MAS čítá celkem 20 členů.

Území MAS se nachází v členité krajině jihovýchodní Moravy dříve nazývané Moravské Slovensko, dnes Slovácko, ležící na východ od města Uherské Hradiště. Mnohými je dnes považováno za perlu Slovácka. Krajina je tvořena bělokarpatskými lesy, loukami, vinohrady a poli. Rozloha území MAS je 106,26 km².

Obrázek 3 - Území MAS



Zdroj: Propagační materiály MAS

V obcích mikroregionu se stále udržují staré zvyky a lidové tradice. Patří sem průvody masek, hody, dožínky, mikulášské a vánoční obyčeje, tzv. „fašanky“, zvyky velikonoční (např. velikonoční hrkání), poutě, stavění a kácení máje atd.

Nejvýznamnější událostí je bezpochyby Jízda králů v obci Vlčnov, kde se k ní přiřazují národopisné slavnosti. Vlčnovské slavnosti patří k nejnavštěvovanějším festivalům v České republice. Dlouhou tradici mají folklórní soubory, které prezentují svůj region doma i v zahraničí. (16)

Suchá Loz

V horizontu několika let se zde plánuje výstavba menších lázní a stáčírna nově nalezeného pramenu minerální vody Loza.

V této obci se nenachází žádné ubytovací zařízení typu penzion. Možnost noclehu v blízkosti je pouze na 2 místech, v obou případech se jedná o nízkou kvalitu ubytování: na Baště (pouze 2 pokoje) a ubytovna rekreačního střediska Lubná. Pokud by se projekt výstavby lázní uskutečnil, byl by tento penzion jediným poskytovatelem komfortního (myšleno adekvátní ubytování pro lázeňské hosty) ubytování v obci.

Bílé Karpaty jsou vyhledávanou oblastí pro turisty, zejména v oblasti cyklistiky a turistiky.

V místě je možné navštívit a využít:

- 3 vodní nádrže: Ordějov, Losy, Lubná;
- Kostel sv. Ludmily – vysvěcen 1999;
- Kaple sv. Rocha, kaple sv. Cyrila a Metoděje a kaple sv. Petra a Pavla;
- víceúčelové hřiště za nízké ceny;
- v obecním domě (vzdáleném 500m): kulturní sál a salónek pro pořádání svateb, rautů, oslav, firemních setkání, apod.;
- při vyšším stavu vody je několikrát ročně možné sjíždět místní říčku Bystřičku;
- pro milovníky rostlin je možné pozorovat chráněné rostliny a orchideje na „horních loukách“ (vzdálenost 1 km);
- zimní sporty – běžkařské stopy, zaledněná plocha víceúčelového hřiště.

Nabídka vedlejších a nedalekých obcí:

- Nivnice (4 km) - hřiště na paintball, koupaliště, tenisové kurty;
- Bánov (3 km) – bowling;
- Korytná (8 km) - finská sauna s malým bazénem;
- Uherský Brod (10 km) - Aquapark Delfín, Muzeum Jana Ámose Komenského, zimní stadion, hvězdárna;
- Mikulčin vrch (10 km) - 2 sjezdovky;
- Strání (8 km) – sjezdovka;

- Vlčnov (12 km) - tradiční Jízda Králů, ochutnávky vína, vinné sklípky - „Búdy“ (folklór);
- Luhačovice (20 km) – lázeňské město;
- Velká nad Veličkou (27 km) – Hornácké slavnosti (folklór);
- Velehrad (36 km) – komplex kláštera s bazilikou (křesťanské poutní místo).

Projektový záměr: Lázně Suchá Loz (2009 – 2012)

V horizontu příštích 3 let se v obci plánuje projekt k využití minerálních pramenů Slatina (Loza), a to k léčebným a rekreačním účelům. Investice je odhadována na 40 mil Kč.

3.1.2 Analýza obecného okolí – SLEPT

U analýzy obecného okolí je nutné brát v úvahu všechny vlivy, jež mohou v budoucnu ovlivnit výsledek a úspěšnost našeho projektu. Pro tyto účely byla zvolena SLEPT analýza sociálních, legislativních, ekonomických, politických a technologických aspektů.

Sociální (společenské) vlivy

V současné době se všemi diskutovaná ekonomická krize dotýká celé populace. Majetkové rozdíly mezi jednotlivými skupinami obyvatel se stále prohlubují. Ti, co na tom byli před rokem relativně dobře, mohou na tom být o poznání hůře, či naopak lépe (v menšině případů). Penzion Loza se bude svou nabídkou zaměřovat na střední, případně vyšší příjmovou skupinu obyvatelstva. Trendem je stále poznávání krás českého kraje, což nám bezpochyby nahrává. Významnou potenciální skupinou zákazníků by mohli být lázeňští zákazníci, kteří uvítají rodinnou atmosféru v kombinaci s přírodou a sportovními aktivitami.

Území MAS disponuje dostatkem potenciálních pracovních sil. Pokud bude majitelka hledat vhodné kandidáty na pracovní místa, měla by mít dostatek zájemců.

Legislativní vlivy

Poskytování ubytovacích služeb v České republice upravuje několik zákonů a vyhlášek. Pro tento podnikatelský záměr se jedná především o tyto právní úpravy:

1) ubytovací služby - živnost volná

„Budete-li chtít provozovat ubytování bez stravování (turistické ubytovny, kempy, chatové osady, bytové domy, rodinné domy, stavby pro individuální rekreaci apod.), pak Vám bude stačit živnostenský list na **"ubytovací služby"**. Podle této živnosti je možné poskytovat i snídane (kapacita je omezena na 10 lůžek). Jedná se o živnost volnou, číslo oboru 83, nařízení vlády č. 140/2000 Sb.“ (13)

2) hostinská činnost – živnost řemeslná

„Budete-li chtít poskytovat i stravování, pak budete potřebovat živnostenský list **"hostinská činnost"**. Jedná se o živnost řemeslnou, nařízení vlády č. 469/2000 Sb. Při provozování živnosti se požaduje kromě všeobecných podmínek (věk nejméně 18 let, způsobilost k právním úkonům, bezúhonnost - výpis z evidence Rejstříku trestů ne starší než 3 měsíce, předložení dokladu o tom, že fyzická osoba nemá vůči územním finančním orgánům státu daňové nedoplatky - doklad vyhotoví místně příslušný finanční úřad) i splnění zvláštních podmínek provozování živnosti, v daném případě podmínky odborné způsobilosti.“... „Jestliže podnikatel, fyzická osoba, hodlá provozovat živnost a nesplňuje odbornou způsobilost, musí ustanovit odpovědného zástupce.“ (13). V našem případě se bude jednat o variantu s odpovědným zástupcem vinného sklípku.

3) Pronájem a půjčování věcí movitých - živnost volná

Tuto živnost bude majitelka požadovat především z důvodu zřízení půjčovny jízdních kol, zimního vybavení, případně dalších movitých věcí.

Ekonomické vlivy

Jak již bylo dříve uvedeno, v současnosti světem hýbe ekonomická krize. Získání úvěru pro podnikatele se může stát během na dlouhou trať. Propracovaný podnikatelský plán

je tedy zásadním vodítkem pro zisk úvěru, či dotace. Významně může ovlivnit budoucnost vlastního podnikání.

Současná ekonomická situace může zapříčinit, že někteří nebudou moci naspořit na dovolenou v zahraničí a uchýlí se k levnějším možnostem v ČR. Bohužel, ti, kteří na dovolenou ještě loni měli, letos už mít nemusí.

Politické vlivy

Politická situace v první polovině roku 2009 se jeví jako velmi nestabilní. Nejprve několik neúspěšných pokusů o svržení vlády, a poté v březnu jeden úspěšný. Za tyto pokusy je Česká republika kritizována ze strany Evropské unie, zvláště v době jejího předsednictví. Do budoucna to může znamenat pokles přílivu zahraničních investorů.

Po vstupu do Evropské unie dostali podnikatelé několik možností k čerpání dotací z programů na podporu podnikání. Tento vliv je sám o sobě pozitivním, avšak záleží na každém investorovi, zda možnosti využije či nikoliv.

Technologické vlivy

Technologický pokrok je patrný ve všech odvětvích, hotelnictví a služby nevyjímaje. Zákazníci neustále zvyšují své nároky na vybavení místa ubytování. Je tedy zásadním rozhodnutím, jaké vybavení je do penzionu pořízeno.

3.1.3 Analýza oborového okolí

Charakteristika ubytovacích služeb v České republice (11)

Česká republika nabízí širokou škálu cestovatelských cílů včetně nabídek ubytování. Čím dál víc se stává lákadlem nejen turistika a poznávání krajiny, nýbrž i touha po zážitcích, hloubce kultury, zvyků a tradic českého národa. V posledních letech se možnosti ubytování ještě více zkvalitnily a upevnily svoje postavení na trhu.

Ubytování pro hosty se zpravidla člení do několika typů. Záleží vždy na konkrétním vybavení objektu, vnitřním uspořádání, na velikosti jednotlivých pokojů a také na škále poskytovaných služeb.

Hotel

Objekt nazvaný hotel má minimálně 10 pokojů pro poskytování přechodného ubytování hostům a další prostory jim sloužící. Hotely jsou členěny do 5 základních tříd, přičemž existuje škála i do 7. třídy, avšak těchto ubytovacích komplexů je jen poskromnu. Hotel Garni je specifický typ hotelu, který má zpravidla omezeno poskytování stravovacích služeb (nejméně snídaně) a je členěn pouze do 4 tříd.

Penzion

Ubytovací zařízení nazvané penzion musí mít minimálně 5 pokojů pro hosty. Další poskytování společenských a doplňkových služeb svým hostům je v penzionu omezeno (v některých případech na minimum). Jsou členěny do 4 tříd.

Motel

Motel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty – motoristy. Součástí motelů bývá poskytování služeb pro motoristy s dostatečnou možností parkovacích míst, případně servisů. Klasifikace uvádí 4 třídy motelů.

Ostatní

Mezi ostatní typy ubytovacích zařízení patří: turistické ubytovny, kempy, chaty, bungalovy, popřípadě kulturní nebo památkové objekty využívané pro přechodné ubytování.

3.1.4 Analýza konkurence

Potenciální konkurenti

Hotel Savary

Obec Nivnice (vzdálenost od Suché Lozi 5 km)

Hotel stylu zemědělské usedlosti pojme 88 hostů v 15 pokojích, 2 apartmánech a 18 bungalovech. Hosté mají k dispozici restauraci, venkovní bazén, tenisové kurty a pro golfisty Driving Range.

Hotel bude pro náš projekt znamenat největší konkurenci.

Hotel Zátíší

Uherský Brod (10 km)

Hotel nabízí ubytování v 5ti dvoulůžkových pokojích s možností přistýlek. Každý pokoj má k dispozici vlastní sociální zařízení, TV a satelit. Hosté mají k dispozici restauraci a zahradu. Pro motorkáře a cyklisty nabízí možnost využití garáže.

Penzion Javořina

Uherský Brod (10 km)

Tento penzion nabízí ubytování pouze ve dvoulůžkových pokojích a dvoulůžkových apartmánech. Nachází se ve středu města, součástí objektu je zahrada s dětským hřištěm.

Penzion Rozkvět

Dolní Němčí (10 km)

Penzion nabízí ubytování pro 29 osob. V penzionu je v nabídce 8 dvoulůžkových pokojů, 2 apartmány pro 4 osoby a 1 apartmán pro 5 osob. Všechny pokoje a apartmány mají vlastní sociální zařízení (sprchový kout+WC) a TV. Cena je jednotná za osobu 300 Kč.

Penzion Bod'a

Obec Horní Němčí (14 km)

Penzion nabízí ubytování pro 30 hostů, součástí penzionu je nekuřácká restaurace.

Do budoucna neměl vážně ohrozit chod našeho penzionu.

Rekreační středisko – ubytovna Lubná

Suchá Loz

Tato ubytovna se nachází cca 4 km za vesnicí Suchá Loz směrem k vesnici Strání. Kapacita je 30 lůžek + několik menších chat. K dispozici mají hosté vybavenou kuchyň, hřiště, ohniště.

Ubytování na rybářské baště

Suchá Loz

Nově postavený dřevěný domek poskytuje ubytování ve 2 pokojích, chystá výstavbu 8 menších chat pro rybáře. Cena je 200 Kč/noc. V současnosti je objekt využíván především pro účely soustředění různých místních či nedalekých spolků. V přízemí se nachází menší hospůdka. Ubytování je skromného typu a z mého pohledu nebude představovat velkou konkurenční hrozbu. Možná pouze pro méně majetnou klientelu.

Tabulka 2 - Srovnání konkurence v místě a okolí

Srovnání konkurence	Hotel Savary	Penzion Javořina	Penzion Boďa	Hotel Zátíší	Penzion Rozkvět	Lubná	Bašta	Penzion Loza
počet osob celkem	100	nezjištěno	30	10	29	30	4	15
1-lůžkový (2-lůž.1os)	600	590	-	650	-	150	200	300
2-lůžkový 2 osoby	600	790	600	900	600	300	400	580
3-lůžkový	1100	-	900	-	900	-	-	850
4-lůžkový	1400	-	-	-	1200	-	-	1100
lůžko	300	-	300	650	300	-	200	300
přistýlka	300	-	230	-	-	100	-	250
Apartmá 1 osoba	-	650	-	-	-	-	-	-
Apartmá 2 osoby	800	990	-	-	-	-	-	-
vybavení								
koupelna + WC	ano	ano	ano	ano	ano	společ.	ano	ano
TV	ano	ano	ano	ano	ano	ne	-	ano
Hi-fi	ne	ne	ne	ne	ne	ne	-	ano
DVD	ne/ano	ne	ne	ne	ne	ne	-	ano
bazén	ano	ne	ano	ne	ne	ne	-	ne
sauna	ne	ne	ano	ne	ne	ne	-	ne
restaurace	ano	ne	ano	ano	ano	ne	ano	ne
pes, kočka	ano	ano	ano	ano	nezjištěno	ano	ano	ano

Pozn. Penzion Loza – navrhovaný penzion tohoto podnikatelského záměru

Zdroj: Nabídky jednotlivých ubytovacích zařízení + vlastní zpracování

3.2 *Analýza možností financování*

V současné době jsou na trhu pouze 3 banky, které ještě poskytují úvěry totožné s tímto podnikatelským záměrem. Jedná se o Reiffeisen bank, a. s., Komerční Banku a Českou spořitelnu, a. s.

3.2.5 Informace o úvěrech od peněžních ústavů

V současné době banky velmi zvažují půjčky začínajícím podnikatelům.

Jednou z možností je americká hypotéka, jedná se v podstatě o neúčelovou hypotéku, která na základě zástavy nemovitosti může být použita na cokoliv. Nositelem úvěru je fyzická osoba. Nevýhodou tohoto typu úvěru je možnost využití pouze 50% ceny nemovitosti, dále vysoká úroková sazba (cca 8,5%).

Privátní Business hypotéka (ČS, a.s.)

Komu je určena:

- fyzickým osobám starším 18 let - občanům České republiky nebo cizím státním příslušníkům, kteří mohou nabývat nemovitost v ČR.

Charakteristika a popis

Privátní Business hypotéka je prioritně určena k financování nemovitostí, které nemají 100 % podlahové plochy určené k bydlení. Pořízené nemovitosti mohou plně i částečně sloužit k pronájmu 3. osobám, případně k vlastní podnikatelské aktivitě žadatele. Nemovitosti musí být vlastněny fyzickou osobou, nesmí být součástí aktiv/majetku podnikatele (OSVČ).

Předmět úvěru:

- I. nemovitosti částečně určené k bydlení;
- II. nemovitosti neurčené k bydlení - drobné provozovny, komerční nemovitosti, polyfunkční domy, ostatní nebytové prostory apod., které slouží k pronájmu nebo k vlastní podnikatelské aktivitě žadatele;

- III. bytové (činžovní domy);
- IV. pozemky, které neslouží pro výstavbu nemovitosti k vlastnímu bydlení žadatele nebo jeho rodiny, příp. nemovitosti pro vlastní užití žadatele, v nichž nebude probíhat podnikatelská aktivita a z nichž nepoplyne klientovi žádný příjem. Jedná se o tzv. nevýnosové nemovitosti.

Účel úvěru:

- koupě nemovitosti pro pronájem nebo pro vlastní podnikání;
- vypořádání majetkových poměrů;
- splácení úvěru poskytnutého peněžním ústavem případně třetí osobou a použitého shodně s účelem hypotečního úvěru;
- úhrada již provedených investic do nemovitosti - max. 2 roky zpětně;
- stavební úpravy menšího rozsahu.

Výše úvěru:

- max. výše úvěru 20 mil. Kč;
- výše hypotéky vychází z hodnoty zastavené nemovitosti stanovené dle podmínek ČS - max. 90 % RHZP dle typu financované nemovitosti;
- požadavek na vlastní zdroje v min. výši 20 - 50 % v závislosti na typu nemovitosti, vlastní zdroje musí být vloženy před čerpáním hypotéky.

Splatnost úvěru:

- splatnost hypotéky minimálně 5 let, maximálně 15 let dle typu financované nemovitosti.

Splácení úvěru:

- hypotéka je standardně splácena formou pravidelných anuitních splátek.

Zajištění úvěru:

Hypoteční úvěr musí být vždy zajištěn:

- o zástavním právem v 1. pořadí k úvěrované nebo jiné nemovitosti (zastaveno může být i více nemovitostí);
- o zástavním právem k pohledávkám z pojištění úvěrované a zastavené nemovitosti;

- o zástavním právem k pohledávkám z nájemného, které bude směřováno na účet vedený u ČS (v případě financování nemovitostí na pronájem);
- o zástavním právem k účtu.

Výhody:

- ✓ financuje nemovitosti, které zcela neslouží k bydlení (penziony, činžovní domy, drobné provozovny, apod.);
- ✓ z hypotéky financuje všechny prokazatelné náklady související s úvěrem (tj. poplatky za bankovní služby, za realitní služby, za služby znalce, za advokátní a notářské služby, apod.);
- ✓ umožňuje volbu delší splatnosti úvěru na nemovitosti, které zcela neslouží k bydlení;
- ✓ umožní klientům menší měsíční finanční zatížení;
- ✓ výpisy z katastru si v průběhu celé hypotéky zařídí banka;
- ✓ poplatek za vyřízení hypotéky lze zahrnout do její výše;
- ✓ nabízí klientům pojištění schopnosti splácet za velmi výhodnou cenu při velkém rozsahu pojistných rizik:
 - o pojištění smrti, plné invalidity, dlouhodobé pracovní neschopnosti a ztráty zaměstnání;
 - o uzavřeno v rámci úvěrové smlouvy;
 - o klienti mají jistotu při nenadálých situacích.

Podmínky zřízení:

- vyplněná Žádost o úvěr;
- podklady prokazující účel investice do nemovitosti;
- existence běžného či osobního účtu zpravidla vedeného ČS, z něhož bude úvěr vždy splácen;
- ocenění zastavované, popř. financované nemovitosti zpracované zpravidla smluvním znalcem ČS.

Americká hypotéka spotřebitelská a hotovostní

Komu je určena:

- fyzická osoba starší 18 let:

- občan ČR s trvalým pobytem na území ČR (tuzemec);
- cizí státní příslušník s povoleným trvalým pobytem na území ČR (tuzemec);
- cizozemec (tj. občan ČR nebo cizí státní příslušník s trvalým pobytem v zahraničí) s přechodným pobytem v ČR na základě povolení k dlouhodobému pobytu či dlouhodobého víza (Slováci osvědčují spořitelně přechodný pobyt pouze pracovní smlouvou s tuzemským zaměstnavatelem); v případě úvěru zajištěného na tuzemské nemovitosti ve vlastnictví klienta není podmínkou přechodný pobyt v ČR;
- v úvěrové smlouvě mohou být zavázáni maximálně 4 dlužníci.

Charakteristika a popis

Americká hypotéka je úvěr zajištěný zástavním právem k nemovitosti (vlastní i cizí) a poskytuje se fyzickým osobám - občanům na soukromé účely (není určena na financování podnikatelských aktivit klienta).

Výše úvěru:

- min. 150 000,- Kč;
- max. 1 500 000,- Kč pro hotovostní a 5 000 000,- Kč pro spotřebitelskou hypotéku;
- horní hranice úvěru je limitována hodnotou zástavy, schopností klienta splatit úvěr ve sjednané lhůtě a u spotřebitelské hypotéky i cenou investice vyplývající z dokladů předložených k doložení účelu úvěru a minimální výši povinných vlastních zdrojů.

Účel úvěru

➤ Spotřebitelská hypotéka:

- investice do nemovitosti, včetně koupě obecního / městského bytu ve zvláštním režimu přechodného zajištění;
- předplacení nájemného;
- úhrada odstupného za uvolnění / výměnu bytu;
- úhrada členského vkladu / úplaty za převod členských práv a povinností v bytovém družstvu, včetně pořízení ve zvláštním režimu přechodného zajištění;

- převod družstevního bytu z vlastnictví družstva do (osobního) vlastnictví klienta;
- úhrada závazků (z úvěrů peněžních ústavů, z leasingových smluv, vypořádání SJM atd.);
- úhrada služeb, nákladů osobní potřeby;
- koupě spotřebního zboží (včetně automobilů);
- splacení úvěru / půjčky (na investice do bydlení) poskytnutého jiným věřitelem než peněžním ústavem.

Na účely přímé investice do nemovitosti a rovněž některé účely nepřímých investic do nemovitosti nad částku 800 tis. Kč bude přednostně nabízen hypoteční úvěr. V případě, že klient hypoteční úvěr jednoznačně odmítne, může být i na tyto účely poskytnuta Americká hypotéka spotřebitelská.

Klient dokládá vlastní zdroje ve výši minimálně 20% investičního záměru.

➤ Hotovostní hypotéka:

- na pořízení jakéhokoliv druhu zboží, služeb a na úhradu závazků k jiným osobám.

Lhůta splatnosti:

- minimálně 1 rok;
- maximálně 20 let;
- lhůta splatnosti úvěru počíná běžet od data uzavření smlouvy o úvěru;
- k datu splatnosti může být nejstaršímu z klientů, který se podílí na splacení úvěru 65 let.

Zajištění:

- zástavní právo k nemovitosti ve vlastnictví dlužníka/spoludlužníka,
- zástavní právo k pohledávkám z pojištění nemovitostí.

Výhody:

- ✓ Doba splatnosti až 20 let umožňuje nižší měsíční splátku a tím méně zatěžuje rodinný rozpočet.
- ✓ Výhodná úroková sazba je neměnná po celou dobu splatnosti úvěru.

- ✓ U úvěrů do 500 tis. Kč, zajištěným zástavním právem k obytné nemovitosti, se nepožaduje předložení znaleckého posudku.
- ✓ Možnost mimořádné splátky kdykoliv.
- ✓ O úvěr může žádat i osoba, která nemá u České spořitelny vedený účet.

Podmínky zřízení:

- vedení účtu v ČS nebo u jiné banky,
- doložení účelu úvěru - pouze u spotřebitelské hypotéky,
- dostatečná výše příjmu ke splácení úvěru,
- splnění podmínek pro zajištění.

Dokumenty a doklady potřebné ke zřízení:

- ❖ průkaz totožnosti – předkládají všichni žadatelé o úvěr,
- ❖ doklady prokazující účel úvěru - pouze u spotřebitelské hypotéky a hotovostní hypotéky nad 2 mil. Kč,
- ❖ potvrzení o výši příjmu,
- ❖ daňové přiznání (za jedno či dvě období podle výše úvěru),
- ❖ dokumenty týkající se zajištění úvěru.

3.2.6 Informace o dotacích

Dotace ministerstva životního prostředí - Program Zelená úsporám

Účel dotace:

Jedná se o 3 základní oblasti (+ bonus):

- úspora energie na vytápění,
- podpora novostaveb v pasivním energetickém standardu,
- využití obnovitelných zdrojů energie pro vytápění a přípravu teplé vody,
- dotační bonus za vybrané kombinace opatření.

Celková suma tohoto programu činí 25 mld. Kč pro Českou republiku. Předpokladem je poskytnutí prostředků pro 250 000 domácností. V první fázi se bude jednat o sumu 10 mld. Kč. Žádosti budou přijímány do června roku 2012.

"Žadatelem o podporu může být pouze osoba, která podléhá daňové povinnosti podle zákona o dani z nemovitosti (338/1992 Sb.) a která bude rodinný nebo bytový dům po dobu 15ti let užívat k bydlení nebo poskytování bydlení." [17]

Výše podpory pro instalaci obnovitelných zdrojů energie (v našem případě solární kolektory) činí 50 % z investice, max. 55 000,- Kč. Pokud by se jednalo o kombinaci s vytápěním objektu, dotace by mohla být až ve výši 80 000,-Kč.

Dotace MAS Východní Slovácko – Program rozvoje venkova ČR

Účel dotace:

Program rozvoje venkova obsahuje podpory pro 4 oblasti, resp. osy:

- I. zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví,
- II. zlepšování životního prostředí a krajiny,
- III. kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova,
- IV. leader.

Poslední oblast *Leader* zahrnuje 3 opatření, do kterých patří i činnosti MAS.

Organizace MAS podporuje podnikatele v oblasti východního Slovácka. Jedná se o částku cca 10 mil. Kč za rok, která je rozdělena podle priorit mezi žadatele z těchto obcí. Maximální výše dotace může být až 100% výdajů, avšak záleží na posouzení jednotlivých projektů.

Platnost programu je 2007 - 2013.

3.3 Stanovení variant podnikatelského záměru

Na základě výše uvedené analýzy a znalostí prostředí byly stanoveny 3 možné varianty:

- A. přestavba rodinného domu na penzion,
- B. výstavba penzionu na rodinném pozemku,
- C. koupě pozemku a výstavba penzionu.

Varianta A: Přestavba rodinného domu na penzion

Popis stávající situace

Více-generační rodinný dům rodičů, který je obýván jen z části, prošel před 9 lety velkou rekonstrukcí: výměna oken, přístavba podkroví, garáže a zimní zahrady (původním účelem byla příprava domu k bydlení pro děti s rodinou).

Dům se nachází v obci Suchá Loz, dle katastrálního zápisu: parcelní číslo st. 444, Suchá Loz, č.p.341, vlastník: Josef Vystrčil a Marie Vystrčilová.

Dům je situován v klidné jižní části vesnice téměř sousedící s okolními lesy. Je v těsném sousedství s jedním domem (ze severní strany). Objekt je napojen na místní komunikace obce, včetně veškerých inženýrských sítí. Co se týče bezpečnosti, dům se nenachází v záplavovém území.

Objekt je částečně podsklepený se 3 nadzemními podlažími + sklepní prostory.

Výhody:

- především finanční hledisko - zprovoznění ubytovacího zařízení by vyšlo relativně levně,
- případná malá vzdálenost k plánovaným lázním - pouze 300m od pramenu,
- ihned dostupný objekt včetně inženýrských sítí,
- dostupnost MHD (5 min),
- dětské hřiště 100 m.

Nevýhody:

- částečná ztráta soukromí pro stávající obyvatele, ovšem majitelé objektu jsou si toho vědomi,
- již stanovené místnosti – bude nutné uspořádat ubytovací jednotky (pokoje) dle současné nabídky objektu.

Varianta B: Výstavba penzionu na rodinném pozemku

Popis stávající situace

Pozemek o výměře 2667 m² se nachází na okraji v západní části obce Suchá Loz, dle katastrálního zápisu: parcelní číslo st. 3210, vlastník: Josef Vystrčil.

V současné době je využíván k pěstitelským účelům rodiny. Nemovitost je vedena jako orná půda, avšak nachází se stále v územním plánu obce. Znamená to tedy, že pro případný požadavek o stavební povolení se nejeví prozatím žádné omezení. Pozemek se mírně svažuje k severní straně.

Výhody:

- možnost postavit zde samostatně stojící dům s využitím pouze k ubytování,
- vlastní rozvržení a využití místa,
- je na okraji obce.

Nevýhody:

- Pozemek se svažuje na severní stranu, což znamená vyšší náklady na vytápění.
- Nemovitost je v téměř těsném sousedství s JZD – případný sezónní zápach by nebyl dobrou reklamou.
- Horší dostupnost MHD,
- sousedství s rušnou komunikací.

Varianta C: Koupě pozemku a výstavba nového penzionu

Koupě nového pozemku pro výstavbu ubytovacího zařízení by byla v současné době velmi riskantní záležitostí.

Výhody:

- vlastní výběr pozemku,
- vlastní rozvržení domu.

Nevýhody:

- vysoké počáteční náklady,
- vysoké počáteční riziko,
- „možná“ lepší dostupnost MHD.

Hodnocení variant

Z výše uvedených možností se jeví jako nejvýhodnější varianta č. 1 – Založení penzionu (či jiného typu ubytovacího zařízení) v rodinném domě manželů Vystrčilových.

4 Vlastní návrhy řešení

4.1 Založení firmy

Jako forma podnikání byla zvolena tuzemská fyzická osoba.

Obchodní firma:	Martina Vystrčilová
Místo podnikání:	Suchá Loz 341, 687 53 Suchá Loz
Telefon:	+420 605 865 547
Právní forma:	tuzemská fyzická osoba

Směrodatný bude Zákon o daních z příjmů, Část I. – Zákon o daních z příjmů fyzických osob, § 9 Příjmy z pronájmu.

„(1) Příjmy z pronájmu, pokud nejde o příjmy uvedené v § 6 až 8, jsou

- a) příjmy z pronájmu nemovitostí (jejich částí) nebo bytů (jejich částí),
- b) příjmy z pronájmu movitých věcí, kromě příležitostného pronájmu podle § 10 odst. 1 písm. a).

(2) Příjmy podle odstavce 1, plynoucí manželům z bezpodílového spoluvlastnictví, se zdaňují jen u jednoho z nich.

(3) Základem daně (dílčím základem daně) jsou příjmy uvedené v odstavci 1, snížené o výdaje vynaložené na jejich dosažení, zajištění a udržení (§ 5 odst. 2). Pro zjištění základu daně (dílčího základu daně) se použijí ustanovení § 23 až 33. Příjem z pronájmu plynoucí poplatníkům uvedeným v § 2 odst. 3 je, s výjimkou příjmů z pronájmu nemovitostí nebo bytů, samostatným základem daně pro zdanění zvláštní sazbou daně (§ 36).

(4) Neuplatní-li poplatník výdaje prokazatelně vynaložené na dosažení, zajištění a udržení příjmů, může je uplatnit ve výši 30 % z příjmů uvedených v odstavci 1.“ [10]

Předmět podnikání:

- 1) ubytovací služby
- 2) hostinská činnost (bude stanoven odpovědný zástupce)
- 3) pronájem a půjčování věcí movitých

4.2 Návrh realizace varianty A

Přestavba rodinného domu na „Penzion Loza“

Provozování penzionu je plánováno uskutečnit v rodinném domě (viz obr. 4), který je v současnosti obýván 3 osobami. V tomto RD bydlí rodiče s dcerou, která se však zdržuje v místě jen minimálně. Objekt je vytápěn zcela novým krbem v kombinaci s plynovým vytápěním. K ohřevu vody bude využit solární systém, v zimě v kombinaci s bojlerem. Po rekonstrukci by objekt nabízel 6 pokojů s celkovou kapacitou 15 osob. V našem penzionu budou mít klienti k dispozici zařízení na vysoké úrovni. Každý apartmán bude vybaven WC s koupelnou, barevným televizorem, hifi a DVD přehrávačem.

Obrázek 4 - Rodinný dům manželů Vystrčilových



Zdroj: vlastní zpracování

Popis objektu

Dům disponuje 3 nadzemními podlažími + sklepními prostory.

- 1. nadzemní podlaží - zvýšený vstup z ulice, kuchyň, 3 místnosti, garáž, koupelna+WC;
- 2. nadzemní podlaží – kuchyň propojena s jídelnou, 4 místnosti, koupelna+WC;
- 3. nadzemní podlaží – 3 pokoje, prostor pro koupelnu+WC připraven;
- Sklepní prostory – 4 místnosti.

Podlaží jsou propojena přístupovým schodištěm situovaným v SZ části objektu.

4.2.1 Návrh rekonstrukcí a předběžného vybavení

1. NP zůstane k dispozici vlastníkům objektu, 2. NP a 3. NP bude přestavěno na penzion – 6 pokojů (+1), kapacita 15 lidí.

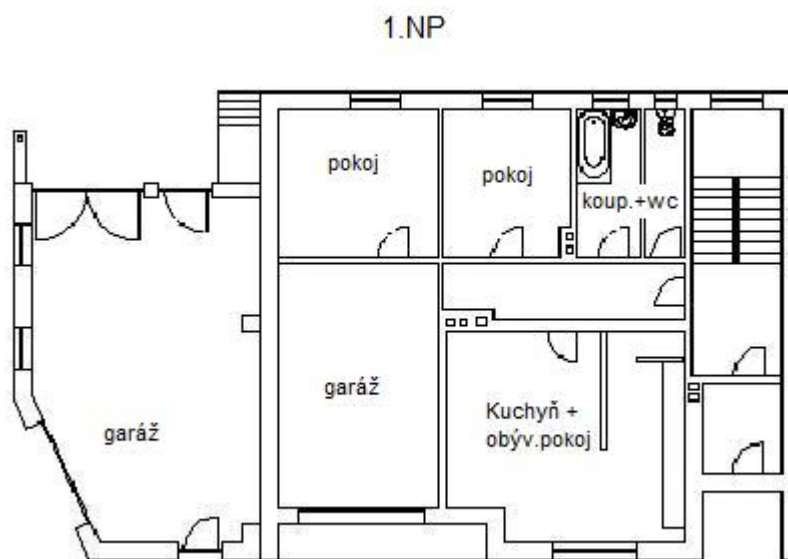
Pokoje bude možné využít jak v navrhované podobě apartmánu, tak i samostatně jako dvoulůžkové, třílůžkové případně čtyřlůžkové pokoje.

Součástí rekonstrukce bude i založení malého vinného sklípku ve sklepních prostorách objektu.

1. Nadzemní podlaží

Jak již bylo uvedeno dříve, toto podlaží zůstane k dispozici současným obyvatelům rodinného domu. Pro další návrhy či rekonstrukce s tímto podlažím již nebude kalkulováno.

Obrázek 5 - 1. nadzemní podlaží (1.NP)



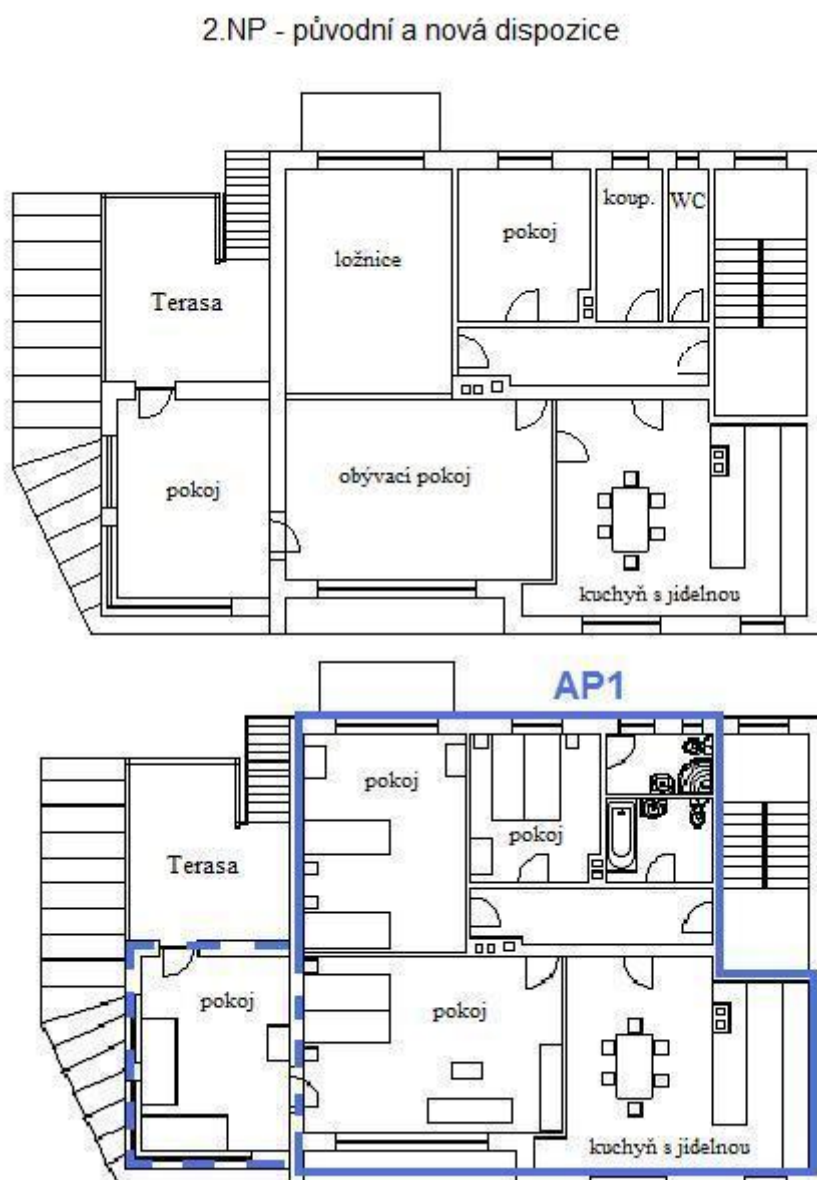
Zdroj: vlastní zpracování

2. Nadzemní podlaží

AP1: velký apartmán 6 osob + 2 přistýlky (142 m²)

Místo stávající koupelny s toaletou budou vybudovány 2 nové koupelny včetně WC. Kuchyň s jídelnou zůstane na svém místě, do 4 pokojů bude nakoupeno nové vybavení. Pokoj se vstupem na terasu bude zpřístupněn na vyžádání jako místnost se 2 přistýlkami (viz obr. 6).

Obrázek 6 - 2. nadzemní podlaží (2.NP)



Zdroj: vlastní zpracování

Součástí úprav a oprav budou 2 koupelny, podlahy, výměna dveří a malířské práce. Tyto náklady by měly být ve výši 288 000,- Kč (rozpis jednotlivých položek - viz tabulka 3).

Tabulka 3 - Vybavení apartmánu AP1

1. apartmán (AP1)	ks	Cena
WC, koupelna (s vanou)	1	60 000 Kč
WC, koupelna (se SK)	1	60 000 Kč
vnitřní dveře	8	36 000 Kč
postele – jednolůžko	4	15 000 Kč
postel – dvojlůžko	1	8 000 Kč
přistýlka	2	7 000 Kč
trojskříň	1	13 000 Kč
komoda	4	20 000 Kč
matrace	6	18 000 Kč
sedací souprava	1	15 000 Kč
konferenční stolek	1	2 000 Kč
TV, DVD, HiFi	1	9 000 Kč
ložní osvětlení	6	3 000 Kč
noční stolek	6	9 000 Kč
malířské práce		3 000 Kč
ostatní vybavení		10 000 Kč
Celkem		288 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Pozn.

Ostatním vybavením u kalkulací apartmánů se rozumí: příkrývky, povlečení, deky, ručníky, záclony, závěsy, apod.

3. Nadzemní podlaží

3.NP bylo navrženo rozdělit na 2 apartmány (viz obr. 7):

- AP2: apartmán 2 os. + přistýlka (29 m²)
- AP3: apartmán 4 os. (97 m²)

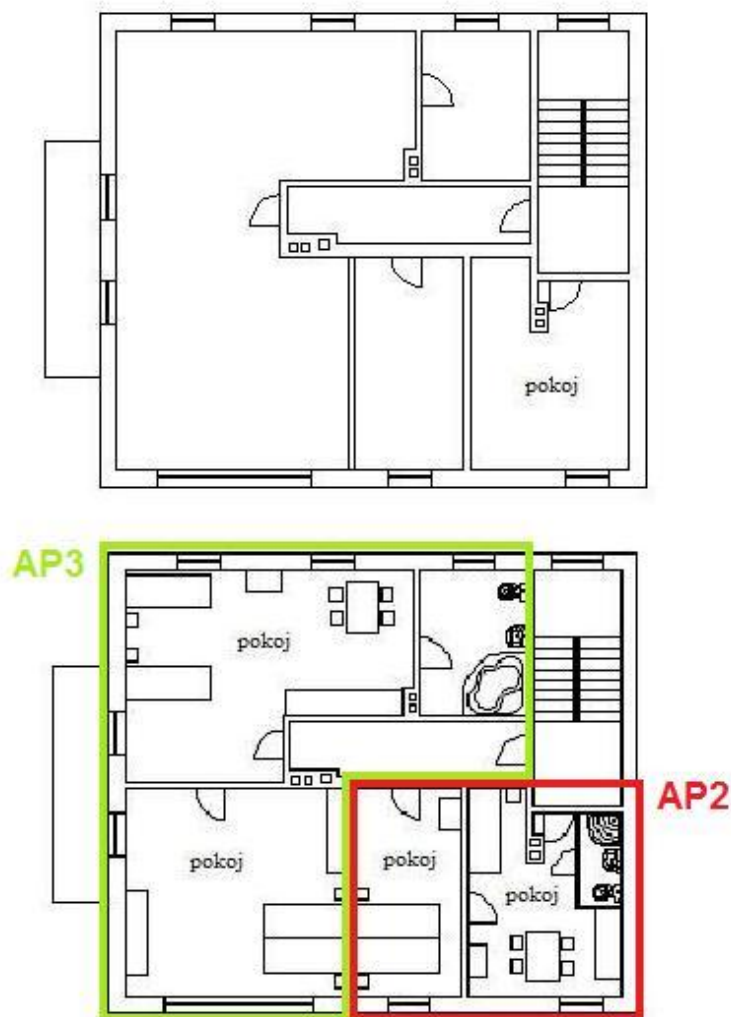
1. apartmán (AP2) – 2 větší pokoje s velkou koupelnou a malou kuchyňkou, balkon k dispozici,

2. apartmán (AP3) – 2 menší pokoje s malou koupelnou a kuchyňkou.

Vybavení se bude nakupovat do všech pokojů.

Obrázek 7 - 3. nadzemní podlaží (3.NP)

3.NP - původní a nová dispozice



Zdroj: vlastní zpracování

Součástí úprav a oprav budou především 2 nové koupelny, podlahy, zateplení, topení, výměna dveří a malířské práce. Tyto náklady by měly být ve výši 464 000,- Kč (rozpis jednotlivých položek - viz tabulky 4 a 5).

Tabulka 4 - Vybavení apartmánu AP2

2. apartmán (AP2)	ks	Cena
WC, koupelna (se SK)	1	60 000 Kč
kuchyňský kout	1	30 000 Kč
vnitřní dveře	3	12 000 Kč
postel – dvojlůžko	1	8 000 Kč
přistýlka	1	3 500 Kč
šatní skříň	1	10 000 Kč
komoda	1	5 000 Kč
noční stolek	2	3 000 Kč
jídelní stůl	1	3 000 Kč
židle	4	4 800 Kč
TV, DVD, HiFi	1	9 000 Kč
matrace	3	9 000 Kč
podlaha		15 000 Kč
malířské práce		4 400 Kč
osvětlení		5 000 Kč
ostatní vybavení		10 000 Kč
Celkem		191 700 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 5 - Vybavení apartmánu AP3

3. apartmán (AP3)	ks	Cena
WC, koupelna (s vanou)	1	60 000 Kč
kuchyňský kout	1	35 000 Kč
vnitřní dveře	5	22 500 Kč
postel – dvojlůžko	1	8 000 Kč
postel – jednolůžko	2	7 000 Kč
trojskříň	1	13 000 Kč
komoda	1	5 000 Kč
noční stolek	4	6 000 Kč
jídelní stůl	1	3 000 Kč
židle	4	4 800 Kč
TV, DVD, HiFi	1	9 000 Kč
matrace	4	12 000 Kč
topení – radiátory	2	7 000 Kč
podlaha – celý AP		30 000 Kč
zateplení, sádrokarton		20 000 Kč
malířské práce		10 000 Kč
osvětlení		10 000 Kč
ostatní vybavení		10 000 Kč
Celkem		272 300 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Rozpis nákladů na koupelny

Vybudování koupelen bude řešeno svépomocí, proto zde nejsou započítány náklady na práci. Náklady na obklady a dlažbu jsou kalkulovány průměrným počtem m² ze všech koupelen.

Tabulka 6 - Rozpis nákladů koupelny

Položka	WC, Koupelna s vanou	WC, koupelna se SK
Vana vč. příslušenství	8 000 Kč	-
Sprchový kout vč. příslušenství	-	8 000 Kč
obklady + dlažba	30 000 Kč	30 000 Kč
klozet	5 000 Kč	5 000 Kč
umyvadlo vč. baterie	1 500 Kč	1 500 Kč
koupelnový radiátor	2 500 Kč	2 500 Kč
zrcadlo	1 500 Kč	1 500 Kč
polička	500 Kč	500 Kč
rozvody	3 000 Kč	3 000 Kč
osvětlení	2 000 Kč	2 000 Kč
ostatní vybavení	6 000 Kč	6 000 Kč
Celkem	60 000 Kč	60 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Pozn.

Ostatním vybavením v koupelně se rozumí: odpadkový koš, držák na mýdlo a toaletní papír, vypínače, předložka, pohárek, záchodové prkénko, předložka před sprchou/vanou, atd.

Sklepní prostory

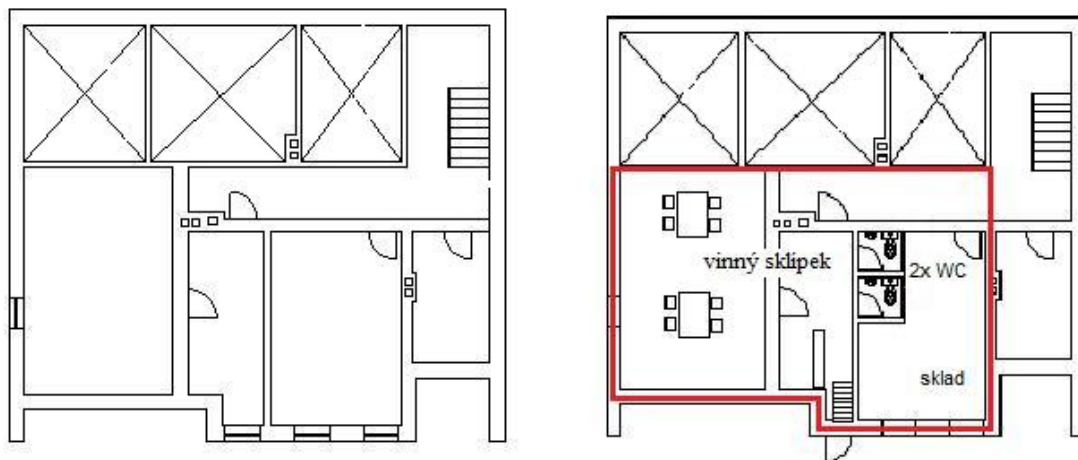
Původní nevyužité sklepní prostory budou přestavěny na vinný sklípek včetně 2 malých sociálních zařízení (viz obr. 8).

Rekonstrukce sklepních prostorů budou zahrnovat:

- vstupní dveře se schodištěm,
- malířské práce,
- 2x WC (voda a odpady jsou připraveny),
- vybavení: stoly, lavice, barový pult, vnitřní dveře.

Obrázek 8 - Sklepní prostory

Sklepní prostory - původní a nová dispozice



Zdroj: vlastní zpracování

Pro vinný sklípek bude ustanoven odpovědný zástupce – pracovník na částečný úvazek. Otvírací doba bude vždy odpoledne 17:00-22:00 (případně dle potřeby). Nákup vína bude zprostředkován přes soukromé licencované vinaře z okolí Blatnice pod Sv. Antoníčkem a Veselí nad Moravou.

Celkové náklady jsou odhadovány na 200 000 Kč (rozpis nákladů - viz tabulka 7).

Tabulka 7 - Náklady na vybudování vinného sklípku

Položka	Cena
úprava sklepních prostorů	100 000 Kč
vybavení	50 000 Kč
víno + vzorky	50 000 Kč
Celkem	200 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

4.2.2 Energetická náročnost objektu

Vytápění

Vytápění objektu nebude potřebovat velký zásah. Pouze v podkrovních místnostech budou přidány radiátory.

V současnosti je dům vytápěn kombinací plynu a krbu na dříví. Do budoucna se jeví tato varianta jako energeticky výhodná.

Ohřev vody

Stále více domácností i firem začíná využívat solární ohřev vody. U výkonnějších solárních systémů lze energii případně využít i k vytápění.

Po kalkulaci nákladů a následné ušetřené energie bylo rozhodnuto k využití právě tohoto typu energie pouze pro ohřev vody. Střecha otočená na jižní stranu k tomu přímo vybízí.

Ke stanovení velikosti a typu solárních panelů bylo využito porovnání množství zařízení, množství teplé užitkové vody na osobu (TUV) a velikost kolektorů v m².

Maximální počet ubytovaných je plánován na 15 osob. Pokud k tomuto přičteme současné 3 obyvatele domu, dostaneme se k číslu 18. V chladnějších měsících a při plné kapacitě penzionu bude využit stávající bojler jako doplňující ohřivač teplé vody.

Adekvátní pro tento penzion bude 20 m² kolektorů. (Nabídka vakuových solárních panelů je v příloze.)

Tabulka 8 - Náklady na solární kolektory

Položka	Počet kusů	Cena (s DPH)
Kolektor vakuový deskový 1 x 2 m	10	152 600 Kč
Příslušenství + rozvody	1	145 161 Kč
Stavební práce, úprava fasády		22 239 Kč
Celkem		320 000 Kč

Zdroj: Nabídka od nejmenované společnosti (podrobnější kalkulace – viz Příloha č. 1)

Cena celkem: 320 000,- Kč

Pro investici do solárních panelů bude požádáno o dotaci z programu Zelená úsporám, případně MAS.

4.3 Personalistika

V penzionu budou zaměstnáni 2 pracovníci na částečný úvazek. Uklízečka (pokojská) a pracovník vinného sklípku. Nárazové činnosti by zajišťovala majitelka penzionu, případně rodiče.

Uklízečka (pokojská)

Bude zaměstnána na dohodu o pracovní činnosti. Předpokládám, že osoba bude místní, tudíž nebude problém s domluvou pracovních hodin.

Pracovník vinného sklípku

Zaměstnanec bude mít taktéž smlouvu formou dohody o pracovní činnosti. Pracovní hodiny jsou předběžně stanoveny na 17-22:00 (pozn. pravděpodobně nebude otevřeno úplně každý den, případně se mohou vyskytnout přípravy během dne).

Tabulka 9 - Zaměstnanci

Pozice	Sazba za hod.	Max. hodin měsíčně	Max. hrubá měsíční mzda	Celkem max. za rok
Uklízečka (pokojská)	70 Kč	80	5 600 Kč	67 200 Kč
Pracovník vinného sklípku	80 Kč	80	6 400 Kč	76 800 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

4.4 Marketingový mix

Marketingový mix byl navržen tak, aby se tento penzion stal konkurenceschopným na trhu poskytování ubytování a služeb v regionu.

Výrobek či služba (Product)

Prioritním cílem penzionu je spokojený zákazník, který se bude rád vracet. A proto bude vsazeno nejen na profesionalitu a nadstandard poskytovaných služeb, ale především na pozorné sledování přání a potřeb zákazníků. V penzionu budou nabízeny převážně ubytovací služby. Doplnujícími službami budou vinný sklípek a půjčovna letního i zimního sportovního vybavení.

Ubytování bude možné ve 3 apartmánech. Tyto apartmány je možné i dělit na několik dvoulůžkových pokojů. V 2. nadzemním podlaží bude největší apartmán až pro 8 osob. Ve 3. nadzemním podlaží je v plánu výstavba 2 apartmánů, 1. apartmán pro 4 osoby a 2. apartmán pro 3 osoby. V případě zájmu je možné pronajmout všechny prostory najednou - samozřejmě se slevou.

Doprovodnými službami, poskytovanými zdarma, bude možnost využití garáže pro motorkáře a cyklisty, parkoviště v těsné blízkosti objektu a připojení k internetu (wifi).

Cena (Price)

Při stanovení cen bylo postupováno podle zhodnocení cen u našich konkurentů v oblasti MAS a okolí. Dále byly kalkulovány všechny možné náklady nutné na provoz a kvalitní zajištění našich služeb.

Tabulka 10 - Ceník ubytování

Apartmán	počet osob	Cena 1*	Cena 2**
Apartmán AP1	2	800 Kč	650 Kč
	4	1 400 Kč	1 150 Kč
	6	1 800 Kč	1 450 Kč
	7	2 000 Kč	1 600 Kč
	8	2 200 Kč	1 750 Kč
Apartmán AP2	1	300 Kč	280 Kč
	2	580 Kč	500 Kč
	2+1	850 Kč	700 Kč
Apartmán AP3	2	700 Kč	550 Kč
	3	900 Kč	750 Kč
	4	1 100 Kč	1 000 Kč

* Sezóna: 1.5.-31.10. / ** Sezóna: 1.11.-30.4.

Dítě do 2 let zdarma (bez nároku na lůžko)

Sleva 100 Kč z ceny za každé dítě do 12-ti let

Zdroj: vlastní zpracování

Distribuce (Place)

Jako místo penzionu byla vybrána lokalita Suchá Loz právě z důvodu nevyužitého potenciálu. Toto místo bylo zvoleno z několika důvodů:

- dostupný objekt vhodný k provozování činnosti;
- v tuto chvíli má penzion minimální konkurenci;
- znalost prostředí jak u majitelů objektu, tak i u zakladatelky penzionu.

Jako možnost do budoucna se jeví i reálná spolupráce s cestovními kancelářemi a různými spolky.

Propagace a reklama (Promotion)

K propagaci penzionu budou využity tyto prostředky:

- vlastní webové stránky včetně rezervačního systému;
- 2 navigační tabule: u silnice 1. třídy v Bánově a v obci Suchá Loz;
- informační cedule na objektu;
- vlastní propagační materiály;
- propagační materiály skupiny MAS Východní Slovácko;
- založení „informačního bodu“ v místě penzionu;
- inzerce:
 - <http://www.kamzajit.cz>,
 - <http://www.suchaloz.cz>,
 - <http://www.penziony.cz>.

Celkové odhadované náklady na propagaci jsou 50 000 Kč (rozpis nákladů – viz tabulka 11).

Tabulka 11 - Náklady na propagaci penzionu

Položka	Cena
tvorba webových stránek	10 000 Kč
tisk propagačních materiálů	10 000 Kč
reklamní cedule	25 000 Kč
inzerce	5 000 Kč
Celkem	50 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

4.5 Investiční náklady projektu

Rozpočet projektu zahrnuje rekonstrukce, nákup nového vybavení do apartmánů, přestavbu sklepních prostorů za účelem vinného sklípku, dále náklady na propagaci a úpravu okolního prostranství domu s parkovištěm (rozpis nákladů – viz tabulka 12).

Tabulka 12 - Celkové náklady na realizaci projektu

Položka	Cena
vybudování parkoviště	30 000 Kč
propagace a reklama	50 000 Kč
solární systém	320 000 Kč
vinný sklípek	200 000 Kč
2.NP - AP1	288 000 Kč
3.NP - AP2	191 700 Kč
3.NP - AP3	272 300 Kč
Celkem	<u>1 352 000 Kč</u>

Zdroj: vlastní zpracování

Financování projektu

Pro financování projektu penzionu je navržen úvěr „Privátní business hypotéka“ ve výši 1 000 000 Kč, který je produktem České spořitelny, a.s. Doba splatnosti je plánována na 20 let, roční úroková sazba na 5 let zafixována ve výši 6,5 % a měsíční anuitní splátka činí 7 636 Kč.

Byla zvažována ještě druhá varianta s dobou splatnosti 10 let, roční úrokovou sazbou taktéž 6,5 % a splátkami anuitními 11 142 Kč měsíčně.

Rozhodnutí padlo na první řešení, a to z důvodu nižších splátek. V prvních letech nebude penzion zatížen vysokými splátkami, nicméně pokud bude mít vyšší předpokládané zisky, je možné úvěr splatit dříve.

Hodnota nemovitosti je v tuto chvíli odhadována na 3 500 000 Kč, což by znamenalo téměř bezproblémový zisk úvěru od finanční instituce.

Úvěr: 1.000.000,- Kč

Vlastní zdroje + dotace: 352.000,- Kč

V následující tabulce 13 je návrh splátkového kalendáře při splácení anuitou.

Tabulka 13 - Splátkový kalendář úvěru

Pořadí splátek	Datum	Úvěr	Úrok	Úmor	Anuita
1	31. 01. 2010	997 960,82	5 597,22	2 039,18	7 636,40
2	28. 02. 2010	995 369,67	5 045,25	2 591,15	7 636,40
3	31. 03. 2010	993 304,58	5 571,31	2 065,09	7 636,40
4	30. 04. 2010	991 048,58	5 380,40	2 256,00	7 636,40
5	31. 05. 2010	988 959,30	5 547,12	2 089,28	7 636,40
6	30. 06. 2010	986 679,76	5 356,86	2 279,54	7 636,40
7	31. 07. 2010	984 566,03	5 522,67	2 113,73	7 636,40
8	31. 08. 2010	982 440,46	5 510,83	2 125,57	7 636,40
9	30. 09. 2010	980 125,61	5 321,55	2 314,85	7 636,40
10	31. 10. 2010	977 975,19	5 485,98	2 150,42	7 636,40
11	30. 11. 2010	975 636,16	5 297,37	2 339,03	7 636,40
12	31. 12. 2010	973 460,61	5 460,85	2 175,55	7 636,40
...					
Roky					
2010		973 460,61	65 097,41	26 539,39	91 636,80
2011		945 118,41	63 294,60	28 342,20	91 636,80
2012		915 030,77	61 549,16	30 087,64	91 636,80
2013		882 719,42	59 325,45	32 311,35	91 636,80
2014		848 213,14	57 130,52	34 506,28	91 636,80
2015		811 362,86	54 786,52	36 850,28	91 636,80
2016		772 163,54	52 437,48	39 199,32	91 636,80
2017		730 147,17	49 620,43	42 016,37	91 636,80
2018		685 276,64	46 766,27	44 870,53	91 636,80
2019		637 358,04	43 718,20	47 918,60	91 636,80
2020		586 305,15	40 583,91	51 052,89	91 636,80
2021		531 663,40	36 995,05	54 641,75	91 636,80
2022		473 309,85	33 283,25	58 353,55	91 636,80
2023		410 992,31	29 319,26	62 317,54	91 636,80
2024		344 518,93	25 163,42	66 473,38	91 636,80
2025		273 452,62	20 570,49	71 066,31	91 636,80
2026		197 558,77	15 742,95	75 893,85	91 636,80
2027		116 509,42	10 587,45	81 049,35	91 636,80
2028		29 975,29	5 102,67	86 534,13	91 636,80
Splátka 229	31. 01. 2029	22 506,67	167,78	7 468,62	7 636,40
Splátka 230	28. 02. 2029	14 984,05	113,78	7 522,62	7 636,40
Splátka 231	31. 03. 2029	7 431,52	83,87	7 552,53	7 636,40
Splátka 232	30. 04. 2029	0,00	40,25	7 431,52	7 471,77
Rok 2029			405,68	29 975,29	30 380,97
Celkem			771 644,80	1 000 000,00	1 771 644,80

Zdroj: vlastní zpracování

4.6 Předpokládané finanční výsledky

Pro odhad příjmů hlavní podnikatelské činnosti – poskytování ubytování byla stanovena předpokládaná ubytovanost v jednotlivých měsících dle sezónnosti (ovlivněna především počasím).

Příjmy z vinného sklípku je v tuto chvíli velmi těžké stanovit. Jsou odhadovány v průměru na 1000 Kč/den (360 000 Kč/rok).

V následující tabulce 14 je přehled maximálních příjmů z ubytování při fiktivní 100% ubytovanosti.

Tabulka 14 - Přehled příjmů z ubytování při 100% obsazenosti penzionu

Apartmán	Příjem/den	Příjem/měsíc	Příjem/rok
AP1	2 200 Kč	66 000 Kč	792 000 Kč
AP2	850 Kč	25 500 Kč	306 000 Kč
AP3	1 100 Kč	33 000 Kč	396 000 Kč
Celkem	4 150 Kč	124 500 Kč	1 494 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Příjmy z ubytování pro rok 2010 byly rozděleny do 3 variant:

- realistická varianta (tabulka 15, str. 68),
- optimistická varianta (tabulka 16, str. 68),
- pesimistická varianta (tabulka 17, str. 69).

V následujících letech se předpokládá růst příjmů minimálně o inflaci 2%. Tato výše inflace je předpovězena Českou národní bankou na rok 2010. Ve výpočtech je kalkulováno s touto výší inflace i v následujících letech.

Předpokládané příjmy na rok 2011 v realistické variantě jsou v tabulce 18 (str. 69).

Tabulka 15 - Přehled příjmů z ubytování - r. 2010 - realistická varianta

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Celkem
Předpokládaná ubytovanost	30%	30%	20%	20%	40%	65%	75%	85%	50%	20%	20%	25%	40%
Apartmán AP1	19 800	19 800	13 200	13 200	26 400	42 900	49 500	56 100	33 000	13 200	13 200	16 500	316 800
Apartmán AP2	7 650	7 650	5 100	5 100	10 200	16 575	19 125	21 675	12 750	5 100	5 100	6 375	122 400
Apartmán AP3	9 900	9 900	6 600	6 600	13 200	21 450	24 750	28 050	16 500	6 600	6 600	8 250	158 400
Celkem	37 350	37 350	24 900	24 900	49 800	80 925	93 375	105 825	62 250	24 900	24 900	31 125	597 600

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 16 - Přehled příjmů z ubytování - r. 2010 - optimistická varianta

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Celkem
Předpokládaná ubytovanost	40%	40%	25%	25%	50%	70%	80%	90%	60%	25%	25%	30%	47%
Apartmán AP1	26 400	26 400	16 500	16 500	33 000	46 200	52 800	59 400	39 600	16 500	16 500	19 800	369 600
Apartmán AP2	10 200	10 200	6 375	6 375	12 750	17 850	20 400	22 950	15 300	6 375	6 375	7 650	142 800
Apartmán AP3	13 200	13 200	8 250	8 250	16 500	23 100	26 400	29 700	19 800	8 250	8 250	9 900	184 800
Celkem	49 800	49 800	31 125	31 125	62 250	87 150	99 600	112 050	74 700	31 125	31 125	37 350	697 200

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 17 - Přehled příjmů z ubytování - r. 2010 - pesimistická varianta

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Celkem
Předpokládaná ubytovanost	20%	20%	15%	15%	30%	60%	70%	80%	40%	15%	15%	20%	33%
Apartmán AP1	13 200	13 200	9 900	9 900	19 800	39 600	46 200	52 800	26 400	9 900	9 900	13 200	264 000
Apartmán AP2	5 100	5 100	3 825	3 825	7 650	15 300	17 850	20 400	10 200	3 825	3 825	5 100	102 000
Apartmán AP3	6 600	6 600	4 950	4 950	9 900	19 800	23 100	26 400	13 200	4 950	4 950	6 600	132 000
Celkem	24 900	24 900	18 675	18 675	37 350	74 700	87 150	99 600	49 800	18 675	18 675	24 900	498 000

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 18 - Přehled příjmů z ubytování - r. 2011 - realistická varianta

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Celkem
Předpokládaná ubytovanost	30%	30%	20%	20%	40%	65%	75%	85%	50%	20%	20%	25%	40%
Apartmán AP1	20 196	20 196	13 464	13 464	26 928	43 758	50 490	57 222	33 660	13 464	13 464	16 830	323 136
Apartmán AP2	7 803	7 803	5 202	5 202	10 404	16 907	19 508	22 109	13 005	5 202	5 202	6 503	124 848
Apartmán AP3	10 098	10 098	6 732	6 732	13 464	21 879	25 245	28 611	16 830	6 732	6 732	8 415	161 568
Celkem	38 097	38 097	25 398	25 398	50 796	82 544	95 243	107 942	63 495	25 398	25 398	31 748	609 552

Zdroj: vlastní zpracování

4.7 *Hodnocení efektivnosti projektu*

Pro posouzení projektu z hlediska návratnosti investice byly stanoveny náklady ke každé z variant a následně vypočítány vybrané ukazatele: čistá současná hodnota a doba návratnosti investice.

Realistická varianta

Tato varianta počítá s průměrnou roční ubytovaností 40%, tedy 597 600 Kč. Příjmy z vinného sklípku jsou kalkulovány pro všechny varianty stejné, tedy 360 000 Kč za rok.

Tabulka 19 – Kalkulace realistické varianty

Položka	Měsíčně	Ročně
Příjem (ubyt+sklípek)	79 800 Kč	957 600 Kč
Mzdy	9 760 Kč	117 120 Kč
Propagace	2 000 Kč	24 000 Kč
Energie	15 000 Kč	180 000 Kč
Nákup vína	15 000 Kč	180 000 Kč
Ostatní náklady	7 000 Kč	84 000 Kč
Úrok z úvěru		65 097 Kč
Kapitálový výdaj		1 352 000 Kč
Průměrný roční zisk z investice		307 383 Kč
Ukazatele:		
Čistá současná hodnota		10 954 Kč
Doba návratnosti		4,4 roky

Zdroj: vlastní zpracování

Optimistická varianta

Podkladem pro výpočet této varianty je průměrná roční ubytovanost 47%, což odpovídá příjmům 697 200 Kč. Roční příjem z vinného sklípku zůstává 360 000 Kč.

Tabulka 20 – Kalkulace optimistické varianty

Položka	Měsíčně	Ročně
Příjem (ubyt+sklípek)	88 515 Kč	1 062 180 Kč
Mzdy	10 320 Kč	123 840 Kč
Propagace	2 000 Kč	24 000 Kč
Energie	17 000 Kč	204 000 Kč
Nákup vína	15 000 Kč	180 000 Kč
Ostatní náklady	7 000 Kč	84 000 Kč
Úrok z úvěru		65 097 Kč
Kapitálový výdaj		1 352 000 Kč
Průměrný roční zisk z investice		381 243 Kč
Ukazatele:		
Čistá současná hodnota		12 234 Kč
Doba návratnosti		3,6 let

Zdroj: vlastní zpracování

Pesimistická varianta

Varianta pesimistického vývoje příjmů kalkuluje s ubytovaností 33%, roční příjmy z ubytování jsou ve výši 498 000 Kč. Sklípek zůstává 360 000 Kč za rok.

Tabulka 21 – Kalkulace pesimistické varianty

Položka	Měsíčně	Ročně
Příjem (ubyt+sklípek)	71 085 Kč	853 020 Kč
Mzdy	9 200 Kč	110 400 Kč
Propagace	2 000 Kč	24 000 Kč
Energie	13 000 Kč	156 000 Kč
Nákup vína	15 000 Kč	180 000 Kč
Ostatní náklady	7 000 Kč	84 000 Kč
Úrok z úvěru		65 097 Kč
Kapitálový výdaj		1 352 000 Kč
Průměrný roční zisk z investice		233 523 Kč
Ukazatele:		
Čistá současná hodnota		9 674 Kč
Doba návratnosti		5,8 let

Zdroj: vlastní zpracování

Ukazatel ČSH je pro všechny varianty kladný, tudíž projekt je ve všech těchto variantách přijatelný. Tržní hodnotu podniku tak zvyšuje o částku 10 954 Kč

v realistické variantě, o částku 12 234 Kč v optimistické variantě a o částku 9 674 Kč ve variantě pesimistické.

Ukazatel DN je pro reálnou variantu roven 4,4 let. V optimistické variantě 3,9 let, v pesimistické 5,8 let.

Pozn.

Energie zahrnují: vodu, elektřinu, plyn a dříví.

Ostatní náklady: čisticí prostředky, mýdla, praní, údržby, opravy, apod.

Cash-flow

Na základě výše uvedených variant příjmů a stanovených nákladů byl sestaven výkaz Cash-flow (viz Příloha č. 3) na 15 let v realistické variantě.

4.8 *Analýza rizik podnikatelského záměru*

Stanovení rizik před začátkem podnikání lze provést jen velmi obecně.

Úkolem je identifikovat všechna negativní hlediska, která mohou ovlivnit chod penzionu. Majitel musí s riziky počítat a pokud možno se jim co nejlépe vyhnout (případně zmírnit jejich dopad).

Finanční rizika

- nezískání úvěru od finanční instituce,
- příliš vysoká cena služby,
- nízké příjmy,
- neschopnost splácet úvěr,
- nové dluhy,
- nárůst předpokládané ceny rekonstrukce.

Zvolením vhodných cen za služby je považováno za jedno z nejtěžších rozhodnutí. Příliš vysoká cena nám nezaručí dostatek klientely. Podstatné je, aby si penzion na chod vydělal a pokryl veškeré náklady alespoň s minimálním ziskem. Toto riziko je možné zmírnit důkladnou analýzou konkurence v místě.

Finanční rizika lze (oproti některým jiným rizikům) pojistit.

Personální rizika

- nekvalitní zaměstnanci,
- vysoká fluktuace zaměstnanců a jejich následné zaučování.

Na počátku bude nutný pečlivý výběr zaměstnanců, byť se jedná o pracovníky na částečný úvazek. Následkem může být nízká produktivita práce, krádeže, nesolventnost, apod.

Ekonomická a tržní rizika

- nárůst inflace,
- zvýšení nezaměstnanosti,
- nárůst konkurence.

Těmto rizikům se lze jen velmi obtížně vyhnout. Reakcí na nárůst inflace je nucené zvýšení cen, což by pravděpodobně znamenalo pokles zákazníků – stejně jako u zvýšení nezaměstnanosti a nárůstu konkurence. Vhodnou obranou proti těmto rizikům jsou akční nabídky a posílení propagace penzionu.

Legislativní rizika

- nová vládní nařízení – možné zvýšení nákladů na provoz,
- zvýšení daní.

Nové zákony a vládní nařízení mohou ovlivnit chod penzionu nutným zvýšením nákladů na provoz. Těmto rizikům se společnost víceméně nijak bránit nemůže.

Riziko sezónnosti

- Nízká návštěvnost díky nepříznivému počasí.

Rekreační pobyty jsou velmi úzce propojeny s aktuálním počasím. Částečnou obranou by mohly být zálohy za ubytování, případně poplatky za zrušení rezervace. Další variantou je sestavení nabídek pro pořádání firemních akcí, jako jsou team buildingy či firemní večírky, nebo organizace soustředění různých spolků (pěvecké sbory, hasičské sbory, fotbalové kluby...).

4.9 Harmonogram realizace projektu

Začátek celého projektu je plánován na červen roku 2009. Jelikož je nemovitost dostupná, můžeme začít s přípravami na rekonstrukci téměř okamžitě.

Během července je v plánu získat veškerá schválení, včetně úvěrové smlouvy.

Pro založení penzionu je nutné podat žádost o změnu využití objektu na Stavební úřad a získat souhlas obce. Další fází bude žádost o úvěr u České spořitelny, a.s. (úvěr je již předjednáán). Koncem července (nejpozději v srpnu) bychom mohli začít s rekonstrukcemi. Do konce roku by se mělo vše bez problémů dokončit tak, aby byl v lednu zahájen plný provoz penzionu.

Tabulka 22 - Časový plán - harmonogram realizace projektu

Název úkolu	2009							2010
	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.	I.
Příprava projektu a dokumentace	x	x						
Průběžná kontrola plnění plánu	x	x	x	x	x	x	x	x
Získání povolení u obecního úřadu		x						
Získání povolení u stavebního úřadu		x						
Získání úvěrové smlouvy		x						
Vykličení 2.NP a 3.NP a příprava na rekonstrukce			x					
Výběr materiálů a zařízení - jejich objednávka			x	x				
Vybourání stávající koupelny				x				
Rekonstrukce				x	x	x	x	
Zateplení, sádkartón					x			
Podlahářské práce					x	x		
Malířské práce						x		
Instalace nového zařízení						x	x	
Úprava sklepních prostor					x	x		
Zadání tisku propagačních materiálů				x				
Zprovoznění webových stránek				x				
Výstavba parkoviště						x		
Aktivní hledání zákazníků				x	x	x	x	
Ukončení prací, kolaudace							x	
Uvedení do provozu								x

Zdroj: vlastní zpracování

5 Závěr

Stěžejním cílem této diplomové práce bylo analyzovat možnosti trhu pro založení penzionu v obci Suchá Loz a vypracování uceleného podnikatelského záměru.

Průzkum trhu probíhal formou elektronických dotazníků u respondentů v oblasti mikroregionu Východní Slovácko. Většina dotázaných se vyjádřila kladně k návrhu nového penzionu s přesvědčením pozitivních přínosů pro obec. Jako doplňková služba bude zřízen vinný sklípek.

Po analýze prostředí a okolních vlivů metodou SLEPT byly navrženy 3 varianty řešení. Nejreálnější a nejvýhodnější se jeví varianta A: přestavba rodinného domu na penzion, resp. založení Pensionu Loza v rodinném domě manželů Vystrčilových.

Jedná se o velký RD se třemi nadzemními podlažími. 1. nadzemní podlaží zůstane k dispozici současným obyvatelům domu, zbylé 2 podlaží budou přestavěny na 3 apartmány – s možností pronájmu taktéž jako samostatné pokoje. Součástí rekonstrukce bude zřízení vinného sklípku ve sklepních prostorách objektu.

Podnikatelský záměr založení penzionu je finančně středně náročný. Celkové náklady byly kalkulovány na 1,35 mil. Kč. Předpokládá se bezproblémový zisk úvěru na 1 mil. Kč, zbytek bude hrazen z vlastních zdrojů. Majitelka penzionu se pokusí o získání dotace z programu Ministerstva životního prostředí Zelená úsporám a taktéž požádá o dotaci u MAS Východní Slovácko.

Investice byla hodnocena ve 3 variantách (optimistická, realistická a pesimistická) ukazateli čisté současné hodnoty a doby návratnosti. ČSH je v realistické variantě 10 954 Kč a doba návratnosti 4,4 roky. Výsledky obou ukazatelů jsou dle autorky pozitivní a na jejich základě je doporučována realizace tohoto projektu.

Tento podnikatelský záměr byl vypracován autorkou za několika dílčími účely: využití potenciálu v místě, přesvědčení finanční instituce (příp. organizace poskytující dotace) o výhodnosti projektu a také následování všeobecného cíle rozvoje turistického ruchu ve Východním Slovácku.

V budoucnosti při velkém zájmu turistů a plné kapacitě by samostatně stojící objekt v zadní části pozemku mohl být přestavěn k bydlení pro rodiče. Pension by poté bylo možné rozšířit o jedno podlaží poskytující ubytování pro dalších 6 osob, nebo zřízení restaurace v přízemí.

Výhledově by také stála za zvážení spolupráce s cestovními kanceláři, příprava akcí spojených s výlety do přírody, firemní večírky, team buildingy, novoroční oslavy, apod.

Po založení penzionu by majitelka určitě vstoupila do organizace MAS, protože se domnívá, že budoucnost a celková úspěšnost penzionu bude velmi záležet na propagaci Východního Slovácka.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. BANGS, David H. *Průvodce podnikatelským plánováním: plánování jako klíčový faktor úspěchu v podnikání*. 5. vyd. Praha: Pragma, 1996. 116 s. ISBN 80-7205-047-8.
2. FOTR, J. a SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1.vyd. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
3. JANEČKOVÁ, L. *Marketing služeb*. 1 vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-7169-995-0.
4. KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera – Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. 1 vyd. Praha: Management press, 2000. 258 s. ISBN 80-7261-010-4
5. POKORNÝ, Jiří. *Úspěšnost zaručena*. Brno. 2004. 207 s. ISBN 80-7204-348-X
6. PORTER, Michael E. *Konkurenční strategie*. 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.
7. REŽŇÁKOVÁ, Mária. a ZINECKER, Marek. *Finanční management II. část*. 2.vyd. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. 111 s. ISBN 80-214-2488-5
8. REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Finanční management I. část*. 2. vyd. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. 116 s. ISBN 80-214-2487-7
9. WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vydání. Praha: Management Press, 2003. 160 s. ISBN 80-7261-075-9.
10. BUSINESS CENTER [online]. 2009, [cit. 2009-05-10]. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/dprij/cast1.aspx#par9>>
11. CESTOVNÍ RUCH [online]. 2009, [cit. 2008-11-16]. Dostupné z: <<http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/jednotna.php#>>
12. GASTRO NEWS [online]. 2009, [cit. 2008-11-16]. Dostupné z: <<http://hotelnictvi.gastronews.cz/definice-kategorii-ubytovacich-zarizeni>>

13. HOSPODÁŘSKÁ KOMORA [online]. 2009, [cit. 2009-04-25]. Dostupné z: <http://www.hkcr.cz/hk-cr/inmp/knihovna-informaci-pro-podnikani/zahajeni--ukonceni-podnikani-zmeny-v-zivote-podniku/ziskani-zl-koncese/art_22338/normy-pro-poskytovani-ubytovacich-sluzeb.aspx>
14. i-EKIS [online]. 2009, [cit. 2009-04-26]. Dostupné z: <<http://www.i-ekis.cz/?page=slunce-teplo>>
15. MARKETINGOVÝ VÝZKUM TRHU (Vladimír Matula) [online]. 2009, [cit. 2008-11-18]. Dostupné z: <<http://www.vladimirmatula.zjihlavy.cz/marketingovy-vyzkum.php>>
16. MAS VÝCHODNÍ SLOVÁCKO [online]. 2009, [cit. 2009-04-10]. Dostupné z: <<http://www.masvychodnislovacko.eu/>>
17. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU [online]. 2009, [cit. 2009-03-10]. Dostupné z: <<http://www.mpo.cz/>>
18. ZELENÁ ÚSPORÁM [online]. 2009, [cit. 2009-05-11]. Dostupné z: <<http://www.zelenausporam.cz/sekce/470/popis-programu/>>

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 - Struktura "čtyř P"	22
Tabulka 2 - Srovnání konkurence v místě a okolí	42
Tabulka 3 - Vybavení apartmánu AP1	56
Tabulka 4 - Vybavení apartmánu AP2	58
Tabulka 5 - Vybavení apartmánu AP3	58
Tabulka 6 - Rozpis nákladů koupelny	59
Tabulka 7 - Náklady na vybudování vinného sklípku	60
Tabulka 8 - Náklady na solární kolektory	61
Tabulka 9 - Zaměstnanci	62
Tabulka 10 - Ceník ubytování	63
Tabulka 11 - Náklady na propagaci penzionu	64
Tabulka 12 - Celkové náklady na realizaci projektu	65
Tabulka 13 - Splátkový kalendář úvěru	66
Tabulka 14 - Přehled příjmů z ubytování při 100% obsazenosti penzionu	67
Tabulka 15 - Přehled příjmů z ubytování - r. 2010 - realistická varianta	68
Tabulka 16 - Přehled příjmů z ubytování - r. 2010 - optimistická varianta	68
Tabulka 17 - Přehled příjmů z ubytování - r. 2010 - pesimistická varianta	69
Tabulka 18 - Přehled příjmů z ubytování - r. 2011 - realistická varianta	69
Tabulka 19 – Kalkulace realistické varianty	70
Tabulka 20 – Kalkulace optimistické varianty	71
Tabulka 21 – Kalkulace pesimistické varianty	71
Tabulka 22 - Časový plán - harmonogram realizace projektu	74

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 - Cena dovolené respondenta	27
Graf 2 - Vyjádření názoru na cenu 300,- Kč/noc	28
Graf 3 - Nocleh hostů či turistů v Suché Lozi	28
Graf 4 - Stanovisko k novému penzionu (1)	28
Graf 5 - Problém s noclehem v místě	29
Graf 6 - Stanovisko k novému penzionu (2)	29
Graf 7 - Potenciální zájem o služby	30
Graf 8 - Vztah respondenta k Suché Lozi	30
Graf 9 - Pohlaví respondentů	31
Graf 10 - Vzdělání respondentů	31
Graf 11 - Věk respondentů	31

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 - Porterova teorie konkurenčních sil	17
Obrázek 2 - Mapa Zlínského kraje	33
Obrázek 3 - Území MAS	34
Obrázek 4 - Rodinný dům manželů Vystrčilových	53
Obrázek 5 - 1. nadzemní podlaží (1.NP)	54
Obrázek 6 - 2. nadzemní podlaží (2.NP)	55
Obrázek 7 - 3. nadzemní podlaží (3.NP)	57
Obrázek 8 - Sklepní prostory	60

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazník pro založení penzionu v obci Suchá Loz

Příloha č. 2: Nabídka solárního systému nejmenované společnosti

Příloha č. 3: Cash-flow pro realistickou variantu (2010-2024)

Příloha č. 1: Dotazník pro založení penzionu v obci Suchá Loz

Dotazník "Založení penzionu"

Vážená paní, vážený pane,

velmi si cením toho, že si najdete chvíli pro vyplnění následujícího dotazníku. Každý vyplněný dotazník je pro mě důležitým zdrojem informací nejen pro zpracování mé diplomové práce, nýbrž také pro možné založení ubytovacího zařízení v obci Suchá Loz.

Děkuji, Bc. Martina Vystrčilová

1. Kolik Vás stojí průměrně noc na dovolené: (otázka povinná, právě jedna ze seznamu)

- a) do 150Kč
- b) do 300Kč
- c) do 450Kč
- d) do 600Kč a více
- e) nejezdím nikam

2. Cena za ubytování na 1 noc 300,- Kč za osobu v Suché Lozi by byla podle Vás: (otázka povinná, právě jedna ze seznamu)

- a) nízká
- b) přiměřená
- c) snesitelná
- d) vysoká

3. Pokud přijedete do Suché Lozi (pro občany pokud Vám přijedou hosté) nocujete (nocují) nejčastěji: (otázka povinná, právě jedna ze seznamu)

- a) u známých
- b) radši se vracím (vracejí) domů
- c) v okolních penzionech či hotelích

4. Nový penzion v Suché Lozi by znamenal pro obec: (otázka povinná, právě jedna ze seznamu)

- a) spíše pozitiva
- b) rozhodně pozitiva
- c) spíše negativa
- d) rozhodně negativa

5. Byl jste někdy v situaci, kdy vy či Vaši známí řešili problém s noclehem v okolí (svatby, oslavy, hody, různá setkání, apod.): (otázka povinná, právě jedna ze seznamu)

- a) několikrát
- b) nikdy
- c) často

6. Uvítal byste v této obci ubytovací zařízení typu penzion: (otázka povinná, právě jedna ze seznamu)

- a) spíše ano
- b) ano
- c) spíše ne
- d) ne

7. Pokud ano, jaké služby byste rád využil (možno více odpovědí): *(otázka povinná, právě jedna ze seznamu)*

- a) ubytování
- b) restaurační zařízení
- c) vinný sklípek
- d) saunu
- e) jiné (dopíše do komentáře na konci dotazníku)
- f) nic

8. Můj vztah k Suché Lozi: *(otázka povinná, právě jedna ze seznamu)*

- a) občan
- b) mám zde příbuzné či známé
- c) bydlím nedaleko
- d) turista

9. Pohlaví: *(otázka povinná, právě jedna ze seznamu)*

- a) muž
- b) žena

10. Vzdělání: *(otázka povinná, právě jedna ze seznamu)*

- a) základní
- b) vyučen
- c) středoškolské
- d) vysokoškolské

11. Můj věk: *(otázka povinná, právě jedna ze seznamu)*

- a) 15 - 24 let
- b) 25 – 34 let
- c) 35 – 44 let
- d) 45 – 54 let
- e) 55 a více

12. Místo pro Váš komentář (nápad, či návrhy): *(otázka nepovinná, text)*

.....

.....

.....

.....

Příloha č. 2: Nabídka solárního systému nejmenované společnosti

**NABÍDKA NA DODÁNÍ
solárního systému**

Fotodokumentace: Rodinný dům manželů Vystrčilových



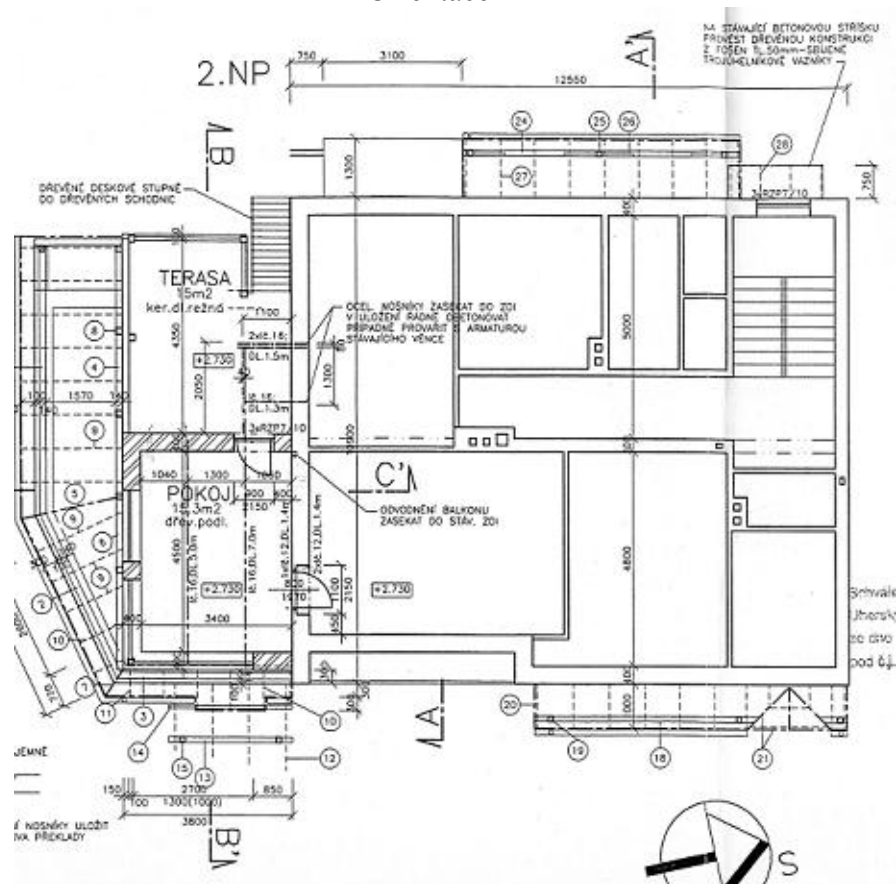
Jižní strana RD



Západní strana RD



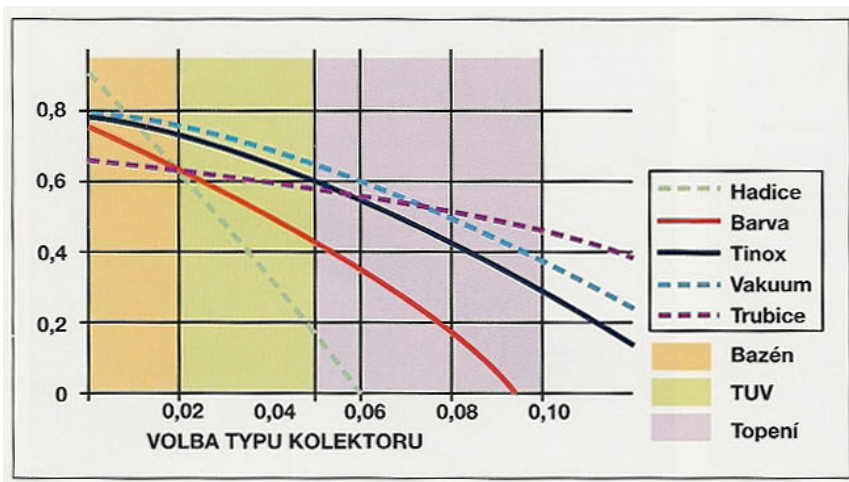
Orientace RD



ŘEŠENÍ:

Pro 18 lidí doporučujeme pro penzion 1000 litrů teplé vody denně, tedy 10 solárních kolektorů. 1000 l akumulční nádoba. Pro zimní výkon je vhodné vakuové provedení. Vakuové provedení má v zimě o 20 % vyšší výkon. Tedy vakuové deskové kolektory. Vakuové trubkové kolektory pro oblast Suchá Loz nedoporučujeme.

Porovnání účinnosti různých typů kolektorů:



Cenová nabídka:

A. Vakuový deskový kolektor 10 kusů

Roční zisk 11 000 kWh tepla zdarma.

Název	Počet kusů	Cena Kč / MJ bez DPH	Cena celkem bez DPH
Kolektor vakuový deskový 1 x 2 m	10	17 500 Kč	175 000 Kč
		Sleva 20 % po slevě	140 000 Kč
Mont. sada NS - Al	10	3 100 Kč	31 100 Kč
Vakuové sada			9 000 Kč
Akumulační nádoba	1		Již je
Regulace + el. instal. mat. a práce	1	9 000 Kč	9 000 Kč
Hnací jednotka	1	12 250 Kč	12 250 Kč
Exp. nádoba solární	1	3 725 Kč	3 725 Kč
Instalační materiál (fitinky, kulové ventily, filtry, odvzdušňovačky, těsnění, stříbrná pájka, potrubí ocelové, měděné, přechodky)	1	28 000 Kč	28 000 Kč
Měděné trubky + spec. Izolace	1	6 000 Kč	6 000 Kč
Solarén - médium 150 litr.	1	10 200 Kč	10 200 Kč
Instal. práce	1	29 000 Kč	29 000 Kč
Okruh pro přitápění		7 500 Kč	7 500 Kč
Doprava materiálu a pracovníků	1		
Celkem bez DPH			285 775 Kč

+ DPH 9 %.

Je možno dodat i vakuové čerpadlo: 14 500,- Kč.

Systém bude zajištěn proti opáření a přehřátí. V ceně není přivedení dvojlinky do kotelny od kolektorů.

V ceně instalačních prací není zahrnuto: potřebné stavební úpravy a omítnutí + malování.

B. Nevakuové provedení:

Akumulační nerezová nádoba bez tepelné izolace 120 000,- Kč nebo
Ocel / měď 85 000,- Kč:

Funkce systému:

I slabý solární výkon (v zimě) bude předehřívat teplou vodu, kterou dohřeje buď dřevoplyn, nebo elektřina v měděném bojleru.

Přebytky solárního tepla půjdou do radiátorů, v létě, nebude – li solární systém vytápět bazén, a bude – li 10 solárních kolektorů, bude nutno solární kolektory zakrýt.

Vakuové solární kolektory využívají i difusního záření při zatažené obloze.

Přesný termín realizace se určí po vzájemné dohodě. Záruka na práci a dodané komponenty je 24 měsíců (pokud výrobce nestanoví jinak).

Při objednávce dodávky bude zaplacená objednavatelem záloha 60 % ze sumy z dodaných komponentů, zbytkových 40% bude zaplacenáno při dodávce těchto komponentů v hotovosti.

Vakuové solární kolektory topí i při zatažené obloze. Postačuje jim difúzní záření. V zimě mají o 15 % vyšší výkon. V zimě se z nich ale musí odstraňovat sníh, neodtaje, tak jako u atmosférických kolektorů.

TERMÍNY

Dodání tepelných čerpadel 1 až 3 měsíce po zaplacení zálohy. Dle typu.

PLATEBNÍ PODMÍNKY

Zálohové platby.

Rozsah prací a tím i cena díla může být změněna dle přání zákazníka.

Všechny ceny jsou uvedeny bez DPH.

Platnost nabídky do doby změny cen výrobců.

Příloha č. 3 – Cash-flow pro realistickou variantu (2010-2024)

	Typ prostor	plocha v m2	Max. roční příjem Kč	Kč na m2	Návrh založen na 40%											
	AP1	142	792 000	5 577,46	597 600											
	AP2	29	306 000	10 551,72	AP1 40% 316 800 AP2 40% 122 400 AP3 40% 158400											
	AP3	97	396 000	4 082,47	Obsazenost (průměr)											
Max. příjem		171	1 494 000		Obsazenost (průměr)											
					Výše úvěru CZK 1 000 000											
					Úroková sazba 6,50% 6,50% 6,50% 6,50% 6,50% 6,50%											
					Splatnost (v letech) 20,00											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Rok	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Inflace	2%	2%	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Příjem z pronájmu	597 600	609 552	621 743	634 178	646 861	659 799	672 995	686 455	700 184	714 187	728 471	743 040	757 901	773 059	788 521	
Příjem z vinného sklípku	360 000	367 200	374 544	382 035	389 676	397 469	405 418	413 527	421 797	430 233	438 838	447 615	456 567	465 698	475 012	
Příjem celkem	957 600	976 752	996 287	1 016 213	1 036 537	1 057 268	1 078 413	1 099 981	1 121 981	1 144 421	1 167 309	1 190 655	1 214 468	1 238 758	1 263 533	
Celkové náklady*	585 120	596 822	608 759	620 934	633 353	646 020	658 940	672 119	685 561	699 273	713 258	727 523	742 074	756 915	772 053	
Výdaje celkem	585 120	596 822	608 759	620 934	633 353	646 020	658 940	672 119	685 561	699 273	713 258	727 523	742 074	756 915	772 053	
Čistý příjem	372 480	379 930	387 528	395 279	403 184	411 248	419 473	427 862	436 420	445 148	454 051	463 132	472 395	481 843	491 479	
Zůstatek úvěru	1 000 000	973 461	945 118	915 031	882 719	848 213	811 363	772 164	730 147	685 277	637 358	586 305	531 663	473 310	410 992	
Úrok	65 097	63 295	61 549	59 325	57 131	54 787	52 437	49 620	46 766	43 718	40 584	36 995	33 283	29 319	25 163	
Úmor	26 539	28 342	30 088	32 311	34 506	36 850	39 199	42 016	44 871	47 919	51 053	54 642	58 354	62 318	66 473	
Dluhová služba	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	91 637	
Zůstatek	280 843	288 293	295 891	303 642	311 548	319 611	327 836	336 226	344 783	353 511	362 414	371 495	380 758	390 206	399 843	
Krytí dluhu	406,47%	414,60%	422,90%	431,35%	439,98%	448,78%	457,76%	466,91%	476,25%	485,77%	495,49%	505,40%	515,51%	525,82%	536,33%	
Odpisy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Podřízený dluh																
Úrok z podř.dluhu																
Fond oprav	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Základ daně	307 383	316 635	325 979	335 953	346 054	356 461	367 035	378 242	389 653	401 430	413 467	426 137	439 111	452 523	466 316	
Daň z příjmu**	58 403	60 161	61 936	63 831	65 750	67 728	69 737	71 866	74 034	76 272	78 559	80 966	83 431	85 979	88 600	
Zůstatek po zdanění	222 441	228 132	233 955	239 811	245 797	251 884	258 099	264 360	270 749	277 240	283 855	290 529	297 327	304 226	311 243	
Krytí dluhu po zdanění	342,74%	348,95%	355,31%	361,70%	368,23%	374,87%	381,65%	388,49%	395,46%	402,54%	409,76%	417,04%	424,46%	431,99%	439,65%	

*bez odpisů

**Daň z příjmu od r. 2010 - 19%

Zdroj: vlastní zpracování