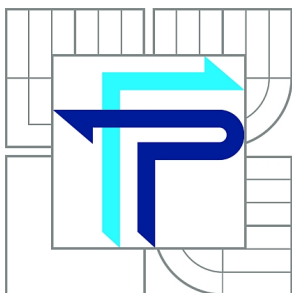


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV MANAGEMENTU

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

NÁVRH PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU NA ZALOŽENÍ HOTELU S MINIPIVOVAREM

BUSINESS PLAN PROPOSAL FOR THE ESTABLISHMENT OF THE HOTEL WITH A
MICROBREWERY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

GABRIELA HETMÁNKOVÁ

VEDOUcí PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. MICHAELA ZVEJŠKOVÁ

BRNO 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Hetmánková Gabriela

Ekonomika a procesní management (6208R161)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Návrh podnikatelského záměru na založení hotelu s minipivovarem

v anglickém jazyce:

Business Plan Proposal for the Establishment of the Hotel with a Microbrewery

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

FOTR, J. a I. SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

HOLMAN, R. Ekonomie. 5. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011. 696 s. ISBN 978-80-7400-006-5.

KŘÍŽEK, F. a J. NEUFUS. Moderní hotelový management. Praha: Grada, 2011. 195 s. ISBN 978-80-247-3868-0.

SYNEK, M. a E. KISLINGEROVÁ. Podniková ekonomika. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. 445 s. ISBN 978-80-7400-336-3.

VEBER, J. Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita. 2., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2009. 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Michaela Zvejšková

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/2014.

L.S.

prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 26.05.2014

Abstrakt

Bakalářská práce se zaměřuje na vypracování návrhu podnikatelského záměru na založení hotelu s minipivovarem ve městě Zlín. Popisuje postup řešení, skladbu podnikatelského záměru a obsah jednotlivých jeho částí včetně analýzy prostředí, trhu a rizik.

Abstract

The bachelor thesis focuses on creating a Business plan proposal for establishment of the hotel with a microbrewery in the city of Zlin. It describes the solving procedure, structure of business plan and the content of it's individual parts, including the analysis of the environment, market and risks.

Klíčová slova

Společnost, podnikatelský záměr, finanční plán, marketingový plán, analýza, riziko, podnikání, podnikatel, hromadné ubytovací zařízení.

Key words

Company, business plan, financial plan, marketing plan, analysis, risk, business, businessman, collective accommodation facility.

Bibliografická citace práce

HETMÁNKOVÁ, G. *Návrh podnikatelského záměru na založení hotelu s minipivovarem*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014. 69 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Michaela Zvejšková.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně.

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

V Brně

podpis

Poděkování

Ráda bych poděkovala své vedoucí Ing. Michaele Zvejškové, za cenné odborné rady a doporučení, které významně přispěly k vypracování mé bakalářské práce.

Obsah

Úvod	10
1 Vymezení problému a cíle práce	11
2 Teoretická východiska práce	12
2.1 Podnikatel, podnikání, obchodní závod	12
2.2 Právní formy podnikání v ČR	13
2.2.1 Podnikání jednotlivce	13
2.2.2 Podnikání více osob	16
2.3 Podnikatelský plán	18
2.4 Podnikatelský záměr	20
2.5 Hotelnictví v České republice	23
2.5.1 Pojem, historie a vývoj	24
2.5.2 Zákonná úprava	24
2.5.3 Rozdělení hromadných ubytovacích zařízení	25
2.5.4 Kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení	26
2.5.5 Certifikace	27
2.5.6 Postup certifikace	27
2.6 Minipivovar	28
3 Analýza problému a současné situace	30
3.1 Analýza poptávky po hromadných ubytovacích zařízeních	30
3.1.1 Předpokládané údaje za uplynulý rok 2013	34
3.2 Analýza poptávky po pivu	35
3.3 Analýza konkurence z hlediska vzdálenosti a lokace konkurentů	37
3.4 Analýza konkurence z hlediska kvality a úrovně poskytovaných služeb	37
3.5 Analýza výchozího stavu	40

3.6	SLEPT analýza.....	41
3.7	Analýza citlivosti a řízení rizik	46
4	Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení.....	49
4.1	Vstupní profil.....	49
4.2	Založení společnosti.....	50
4.3	Marketingová strategie	51
4.3.1	Marketingový mix - produkt/product.....	51
4.3.2	Marketingový mix - cena/price	52
4.3.3	Marketingový mix - propagace/promotion.....	52
4.3.4	Marketingový mix - distribuce/place	52
4.4	Personální a organizační zajištění	53
4.4.1	Pracovní náplň jednotlivých pracovních pozic	53
4.4.2	Organizační struktura	54
4.5	Finanční plán.....	55
4.5.1	Investice výstavby a její financování	55
4.5.2	Předpokládaný hospodářský výsledek za první rok provozu	57
4.5.3	Rozvaha	60
4.5.4	Výhled do budoucna	61
	Závěr.....	63
	Seznam použité literatury	64
	Seznam obrázků	66
	Seznam tabulek	67
	Seznam zkratk	68
	Seznam příloh	69

Úvod

Vypracovávat ve své bakalářské práci návrh podnikatelského záměru pro mě byla jasná volba již od počátků studia, protože toto téma poskytuje poměrně široké pole působnosti a také umožňuje značnou míru kreativity. Před začátkem zpracovávání podnikatelského záměru je nezbytné zvolit si jeho vhodnou strukturu. V praxi existují totiž různé struktury podnikatelských záměrů a ne každá je právě pro zvolený předmět podnikání vhodná. Vytvoření dobrého a reálného podnikatelského záměru vyžaduje především správně a důsledně analyzovat nejen trh a prostředí, ve kterém bude působit, ale také jeho citlivost vůči rizikům, protože i s těmi je třeba v podnikání počítat.

V rámci mé práce je vytvořen návrh podnikatelského záměru pro hotel***** s minipivovarem. Po vymezení problému a cíle práce je bakalářská práce tvořena třemi stěžejními částmi, to je teoretickými východisky, částí zpracovávající analýzy a částí zahrnující návrhy vlastního řešení.

V rámci teoretických východisek se práce zaměřuje především na to, jak je podnikání upraveno v zákoně, jak zákon vymezuje členění a fungování podnikatelských subjektů z hlediska jejich vzniku a základních charakteristik. V této části jsou také řešeny teoretické otázky podnikatelského záměru, jeho struktury a zásady, které by měli být dodrženy při jeho vypracování. Teoretická část rovněž zmiňuje a rozebírá vzhledem ke zvolenému tématu hotelnictví, jeho klasifikaci, certifikaci a další. Obsahuje rovněž charakteristiku minipivovaru.

Ve druhé části práce je analyzován trh se zaměřením na poptávku po hromadných ubytovacích zařízeních, prostředí působení a rovněž rizika a faktory ovlivňující tento typ podnikání.

Poslední část, návrh vlastního řešení, zahrnuje zejména základní informace o zvoleném podnikání od výběru právní formy a předmětu podnikání až po tvorbu marketingového a finančního plánu.

V závěru práce pak shrnuji, zda zpracovaný návrh podnikatelského záměru splnil svůj cíl z pohledu možné realizace, financování a tedy jeho reálnosti.

1 Vymezení problému a cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je vypracovat návrh podnikatelského záměru na založení hotelu**** s minipivovarem ve městě Zlín. Tento návrh podnikatelského záměru by měl být v reálném prostředí proveditelný a obsahovat všechny potřebné informace a být sestaven tak, aby v případě jeho předložení přesvědčil potencionálního zájemce o tom, že jeho investice právě do tohoto záměru by byla investicí návratnou.

V případě vypracování podnikatelského záměru je důležité správně analyzovat nejen prostředí, ve kterém se bude hotel s minipivovarem nabízející ubytovací a hostinskou činnost nacházet, ale také trh, na kterém bude jako podnikatelský subjekt vystupovat. V rámci trhu bude analyzována poptávka po hromadných ubytovacích zařízeních včetně zaměření na jeho zvláštnost související s minipivovarem. Analýza prostředí bude zpracována pro statutární město Zlín, kde bude hotel vystavěn, a to z pohledu lokace města a umístění stavebního pozemku. Dále bude zhotovena SLEPT analýza vnějších faktorů působení. Další analýzou je analýza citlivosti projektu vůči rizikům, jejímž cílem je především rizikům předcházet a minimalizovat jejich důsledky v případě, že skutečně nastanou. Veškeré analýzy této práce se opírají o statistická veřejně dostupná data. Vedle zmíněných analýz je rovněž nutné sestavení finančního plánu, který bude zahrnovat odhad nákladů investice - výstavby hotelu s minipivovarem a jejích finanční krytí a prokázání životaschopnosti následného provozu, tzn. schopnost pokrýt náklady financování investice, úhradu běžného provozu a vytvoření přiměřeného zisku.

Zpracování shora uvedených analýz a převedení jejich výsledků do zpracování návrhu podnikatelského záměru by mělo vést ke splnění cílu této bakalářské práce.

2 Teoretická východiska práce

Před přistoupením ke konkrétním otázkám řešení vlastního podnikatelského záměru je třeba se zabývat základními obecnými pojmy, bez jejichž alespoň základních znalostí nelze činit odpovědná rozhodnutí v rámci sestavování návrhu podnikatelského záměru. Jedná se především o legislativní úpravu pojmů vztahujících se obecně k podnikání ale i ke konkrétním otázkám ve zvoleném záměru, např. hotelnictví, minipivovar a jiné.

2.1 Podnikatel, podnikání, obchodní závod

Definice podnikatele, obchodního závodu a dalších základních pojmů, byly dříve upraveny v obchodním zákoníku tj. zákon č. 513/1991 Sb., v platném znění. Tento právní předpis však byl v rámci rozsáhlé rekodifikace občanského a obchodního práva zrušen a nahrazen novým občanským zákoníkem tj. zákonem č. 89/2012 Sb., v platném znění a pokud jde o úpravu společností zákonem č. 90/2012 Sb., v platném znění o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích).

Občanský zákoník (§420 odst. 1) vymezuje podnikatele takto: *„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“*

Toto můžeme považovat za základní definici. Určitá osoba je považována za podnikatele i z hlediska vymezení ochrany spotřebitele, což respektuje ustanovení občanského zákoníku (§420 odst. 2) takto.

„Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely §1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.“

Z výše uvedené zákonné úpravy pojmu podnikatel je možné dovodit i to, co se rozumí pojmem podnikání tj. výdělečná činnost na vlastní účet a odpovědnost, živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku.

Nový občanský zákoník (§502) nahrazuje dřívější pojem „podnik“ pojmem „obchodní závod“, který definuje takto: *„Obchodní závod (dále jen „závod“) je organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu.“*

2.2 Právní formy podnikání v ČR

Současná právní úprava rozděluje osoby jakožto právní subjekty na osoby fyzické a právnické. V obou těchto formách mohou vystupovat jako subjekty podnikání. Pro potřeby této práce je zvoleno s odkazem na níže uvedenou literaturu rozdělení podnikání na podnikání jednotlivce, čímž je míněno podnikání jedné osoby buď jako fyzické osoby nebo jediného člena právnické osoby, pokud forma právnické osoby tuto možnost dovoluje a podnikání více osob. Podstatné pro zvolení formy je zaměření se na výhody či nevýhody forem podnikání z pohledu cíle této práce.

2.2.1 Podnikání jednotlivce

V případě podnikání jednotlivce je společnost vlastněna jednou osobou.

Výhody:

- nízké výdaje na založení společnosti,
- podnikatelskou činnost lze zahájit ihned po ohlášení (kromě koncesovaných živností),
- samostatnost a volnost při rozhodování,
- snadné založení, přerušení či ukončení činnosti,

- místo podvojného účetnictví lze vést jen daňovou evidenci (v případě, že podnikatel není zapsán do obchodního rejstříku, popřípadě mu nevyplynuly povinnosti přejít k podvojnému účetnictví),
- není zde vkladová povinnost,
- pro zjištění dílčího základu daně lze uplatnit výdaje paušální částkou z dosažených příjmů.

Nevýhody:

- vysoké riziko vyplývající z neomezeného ručení podnikatele za závazky společnosti,
- omezený přístup k bankovním úvěrům,
- vysoké požadavky na odborné a ekonomické znalosti podnikatele, podnikatel si většinou sám provádí veškerou administrativu (Vochozka, 2012).

Jak vyplývá z výše zmíněné definice podnikatele, jedná se o činnost živnostenským nebo obdobným způsobem. Živnostenský způsob činnosti podnikatele vychází ze zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v platném znění.

Dle Živnostenského zákona (§2) se živností rozumí: „*Soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“

Dle Živnostenského zákona (§5, odst. 1) může živnost provozovat: „*Fyzická nebo právnická osoba, splní-li podmínky stanovené tímto zákonem; státní povolení k provozování živnosti se vyžaduje jen v případech vymezených tímto zákonem.*“

Pro získání živnostenského oprávnění, tedy práva provozovat živnost, ustanovuje zákon o živnostenském podnikání všeobecné a zvláštní podmínky.

Dle Živnostenského zákona (§6 odst. 1 písm. a) a b)): „*Všeobecnými podmínkami provozování živnosti fyzickými osobami, pokud tento zákon nestanoví jinak, jsou*

- a) *plná svéprávnost, kterou lze nahradit přivolením soudu k souhlasu zákonného zástupce nezletilého k samostatnému provozování podnikatelské činnosti, a*
- b) *bezúhonnost.*“

Zvláštní podmínky provozování živnosti ustanovuje zákon o živnostenském podnikání v §7. Patří mezi ně např. odborná či jiná způsobilost, pokud ji zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují.

Průkazem o právu vykonávat živnost je živnostenský list nebo koncesní listina. Vydává je živnostenský úřad, který vede živnostenský rejstřík, kam se zapisují podnikatelé, spadající pod územní obvod jeho působení (Synek, 2010).

Živnosti se dle Živnostenského zákona (§9) rozdělují:

- a) „*Ohlašovací, které při splnění stanovených podmínek smějí být provozovány na základě ohlášení.*“
- b) „*Koncesované, které smějí být provozovány na základě koncese.*“

Členění živností:

→ OHLAŠOVACÍ

řemeslné

volné

vázané

→ KONCESOVANÉ

Ohlašovací

Mohou být při splnění stanovených podmínek provozovány na základě ohlášení, jsou to:

- živnosti řemeslné - kdy odborná způsobilost je získána vyučením v oboru a praxí (zámečnictví, hodinářství, opravy silničních vozidel),
- živnosti vázané - kdy odborná způsobilost je stanovena pro každou živnost samostatně (výroba, montáž a opravy tlakových zařízení). Provozování těchto živností vyžaduje získání průkazu způsobilosti,
- živnosti volné - kdy odborná způsobilost není stanovena (všechny ostatní živnosti).

Koncesované

Můžeme vykonávat jen na základě tzv. koncese (povolení), kterou uděluje živnostenský úřad. Její udělení vyžaduje, aby uchazeč měl požadované vzdělání,

případně absolvoval speciální kurzy. Koncesovanou živností se rozumí např. vývoj, výroba, opravy zbraní (Synek, 2010).

2.2.2 Podnikání více osob

V případě, že subjekty chtějí podnikat společně je nejčastější formou takového podnikání, podnikání ve formě právnické osoby. Méně častým způsobem bývá podnikání ve formě sdružení fyzických nebo právnických osob.

Právnickou osobou je každý subjekt, který má práva a povinnosti a není fyzickou osobou. Za právnickou osobu považujeme sdružení fyzických nebo právnických osob, účelová sdružení majetku, jednotky územní samosprávy nebo jiné zákonem stanovené subjekty (Vochozka, 2012).

Současná právní úprava právnických osob je zakotvena v občanském zákoníku tj. v zákoně č. 89/2012 Sb., v platném znění a dále v zákoně č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) v platném znění, které nahradily dosavadní právní úpravu obchodního zákoníku.

Z výše citovaného zákona, zákona o obchodních korporacích (§1 odst. 1,2,3) vyplývá následující:

„Obchodními korporacemi jsou obchodní společnosti (dále jen „společnost“) a družstva.“

„Společnostmi jsou veřejná obchodní společnost a komanditní společnost (dále jen „osobní společnosti“), společnost s ručením omezeným a akciová společnost (dále jen „kapitálová společnost“) a evropská společnost a evropské hospodářské zájmové sdružení.“

„Družstvy jsou družstvo a evropská družstevní společnost.“

Osobní společnosti

Veřejná obchodní společnost (v.o.s.) - je typickou osobní společností, jedná se o sdružení nejméně dvou podnikatelů, kteří podnikají pod společným jménem, jehož součástí musí být označení „veřejná obchodní společnost“ (ve zkratce v.o.s.).

Společnost je právnickou osobou a zapisuje se do obchodního rejstříku. Vklady společnosti mohou být buď peněžité, nebo nepeněžité, statutárním orgánem je každý ze společníků, pokud společenská smlouva nestanoví jinak (Synek, 2010).

Komanditní společnost (k.s.) - obchodní společnost, kterou zakládají dva nebo více společníků, z nichž jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého vkladu, tzv. komanditisté a jeden nebo více společníků, kteří ručí celým svým majetkem, tzv. komplementáři (Synek, 2010).

Kapitálové společnosti

Jejich charakteristickým rysem je skutečnost, že společníci ručí za závazky společnosti jen do výše nesplaceného vkladu.

Společnost s ručením omezeným (s.r.o.) - Jedná se o nerozšířenější formu podnikání u právnických osob. Z vkladů společníků je tvořen základní kapitál. Za závazky společnosti je ručeno společníky až do výše nesplacených vkladů. Za porušení závazků odpovídá společnost svým celým majetkem. Pro založení společnosti je nezbytná minimálně jedna osoba. Základním dokumentem je společenská smlouva, nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, statutárním orgánem je jeden nebo více jednatelů (Veber, 2012).

Dle zákona o obchodních korporacích, zákona č. 90/2012 Sb., §142 došlo ke změně, co se vkladu u společnosti s ručením omezeným týče. Dosud stanovený vklad ve výši 200.000,-Kč byl snížen a minimální výše vkladu je nyní stanovena na 1,-Kč. Odpadá také povinnost tvorby zákonného rezervního fondu, a to jak u společnosti s ručením omezeným, tak také u akciové společnosti.

Akciová společnost (a.s.) - je kapitálovou společností, ve které je základní jmění rozvrženo na určitý počet akcií o určité nominální hodnotě. Společnost se zakládá jedním zakladatelem - je-li jím právnická osoba nebo více zakladatelů. Akciová společnost odpovídá za své závazky celým svým jměním a akcionáři za závazky společnosti neručí (Synek, 2010). Jediné co akcionář riskuje svým vstupem do akciové společnosti je ztráta hodnoty akcií (Vochozka, 2012).

Družstva

Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob, které se zakládá za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb členů družstva. Družstva můžeme dále dělit na:

- zemědělská - úkolem je zemědělská výroba,
- výrobní - zabývají se doplňkovou průmyslovou výrobou,
- spotřební - zabývají se převážně obchodními činnostmi, jako je pohostinství,
- stavební bytová - zabývají se výstavbou či údržbou domovního fondu (Balašík, 2010).

Pro doplnění je možno uvést, že nyní platný zákon o obchodních korporacích upravuje specifickou formu družstva a to „sociální družstvo“ jehož zaměřením jak vyplývá z názvu je obecně prospěšná činnost směřující k podpoře sociální soudržnosti, pracovní a sociální integrace znevýhodněných osob do společnosti.

2.3 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán můžeme přirovnat k autoatlasu, který by nám měl usnadnit nalezení odpovědí na otázky typu: kde jsme, kam se chceme dostat a jak se tam dostaneme (Veber, 2009).

Podnikatelský plán je písemným dokladem, popisujícím všechny podstatné externí i interní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální souhrn podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a shrnutí jednotlivých postupů vedoucích k dosažení těchto cílů (Srpová, 2011).

Na úplném začátku, ještě před tím, než podnikatel začne podnikatelský plán zpracovávat, by si měl položit otázku, co je skutečným cílem jeho podnikání, a který moment jeho podnikatelských aktivit představuje konkurenční výhodu (Veber, 2008).

Podnikatelský plán může být sestaven:

- v souvislosti se zahájením podnikatelské činnosti - v tomto případě by měl potencionálnímu podnikateli, respektive investorům, dát odpověď na otázky v čem a jak se bude podnikat či jak bude prováděno financování,
- v souvislosti s požadavky vlastníků - majitelé firmy můžou vznést požadavek, aby výkonný management připravil podnikatelský plán, jako představu o záměrech na příští období,
- jako podklad pro zhodnocení nového podnikatelského záměru - uvažují-li majitelé firmy o závažné změně v podnikatelských aktivitách firmy (Veber, 2009).

Zásady pro zpracování podnikatelského plánu obecně

Neexistuje žádný závazný obsah podnikatelského plánu. Přizpůsobení struktury a obsahu je individuální podle požadavků banky nebo investora. Obecně lze říci, že podnikatelský plán předkládaný bankovní instituci má složitější formu než podnikatelský plán tvořený pouze pro interní potřeby podnikatele (Srpová, 2011).

Je vhodné, aby podnikatelský plán byl:

- srozumitelný - při sestavování plánu je vhodné vyjadřovat se jednoduše, neprezentovat zbytečně mnoho myšlenek v jedné větě,
- logický - myšlenky a skutečnosti uvedené v plánu musí na sebe navazovat, musí být podloženy fakty, tvrzení obsažená v plánu si nesmí odporovat. Časový průběh je vhodné znázornit graficky s doplněním harmonogramu,
- uváženě stručný - myšlenky či závěry obsažené v plánu je třeba uvést stručně ovšem v žádném případě ne na úkor základních faktů,
- pravdivý a reálný - pravdivost uváděných údajů a reálnost predikovaného vývoje by měla být samozřejmostí; Podnikatelský plán se týká budoucnosti. Respektování rizik, identifikace rizik popř. variantnost navrhovaných řešení v kritických momentech budoucího vývoje zvyšují důvěryhodnost podnikatelského plánu (Veber, 2009).

Podnikatelský plán by každý autor zabývající se touto problematikou sestavil trochu jinak. Podle Srpové by se měl skládat z těchto dílčích částí:

- titulní list,
- obsah,
- úvod, účel a pozice dokumentu,
- shrnutí,
- popis podnikatelských příležitostí,
- cíle firmy a vlastníků,
- potencionální trhy,
- analýza konkurence,
- marketingová a obchodní strategie,
- realizační projektový plán,
- finanční plán,
- hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu,
- přílohy (Srpová, 2011).

2.4 Podnikatelský záměr

Podnikatelský záměr slouží zpravidla dvěma účelům. Jednak je to určitý vnitřní dokument, který slouží jako základ vnitřního řízení firmy. Značný význam má však externí uplatnění podnikatelského záměru v případě, že společnost hodlá financovat realizaci projektu s využitím cizího kapitálu, případně se uchází o některý druh nenávratné podpory (Fotr, 2005).

Požadavky na podnikatelský záměr

- stručnost a přehlednost - délka by neměla přesahovat 50 stran,
- jednoduchost - nezacházet do zbytečných technických a technologických detailů, aby byl podnikatelský záměr srozumitelný pro bankéře a investory, tzn. pro technicky a technologicky nevzdělané osoby,

- demonstrativnost výhod produktu či služby pro uživatele - investoři oceňují tržně orientovanou podnikatelskou činnost,
- orientace na budoucnost - neorientovat se na to čeho již společnost dosáhla, ale na vystižení prognóz a jejich využití k charakteristice toho, čeho má být dosaženo,
- věrohodnost a realističnost - např. otevřené ohodnocení konkurence zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského záměru,
- nebýt příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu - snižuje to důvěryhodnost v očích poskytovatele kapitálu,
- nebýt však ani příliš pesimistický - při podceňování může být projekt pro investora méně atraktivní,
- neskrývat slabá místa a rizika projektu - případné odhalení negativních faktorů neuvedených v podnikatelském záměru, může v očích investora oslabit důvěryhodnost projektu,
- upozornit na konkurenční výhody projektu a silné stránky firmy - informovat o podnikatelských dovednostech, ale i schopnostech práce jako efektivního týmu,
- prokázat schopnost firmy hradit své závazky (úroky, splátky) - pro případ užití bankovního úvěru,
- kvalitní zpracování i po formální stránce,
- prokázat návratnost vynaloženého kapitálu (Fotr, 2005).

Základní schéma podnikatelského záměru

Existuje hned několik schémat toho, jak by měl podnikatelský záměr přibližně vypadat a co by měl obsahovat. V nejobecnějším teoretickém pojetí může takové obsahové schéma vypadat následovně:

- realizační resumé - jeho součástí by měla být charakteristika firmy (adresa, telefon, kontaktní osoby), charakteristika produktu či služby, kterou bude společnost nabízet, popis trhů na kterých bude působit a distribučních cest, kterých hodlá využít. Dále strategické zaměření firmy na příštích 3 až 5 let, včetně cílů a způsobů dosažení těchto cílů. Zhodnocení zkušeností nejen řídicích pracovníků firmy a v neposlední řadě odhady zisků na následující období,

- charakteristiku firmy a jejich cílů - tato část podnikatelského záměru by měla postihnout jak minulost firmy, tak i její přítomnost a budoucnost z hlediska základních podnikatelských cílů a strategií. Je vhodné uvést např. historii firmy, důležité charakteristiky produktů či služeb (vývoj, výzkum). Zaměřit se na sledované cíle, nejen na cíle strategické, ale také na specifické cíle jednotlivých oblastí firmy,
- organizaci řízení a manažerský tým - tato část by měla obsahovat zejména organizační schéma s jasným vymezením pravomocí jednotlivých manažerů a charakteristiku klíčových vedoucích pracovníků firmy.
- přehled základních výsledků a závěrů technicko-ekonomické studie - v této části jsou shrnuty základní výsledky technicko-ekonomické studie týkající se výrobního programu, analýzy trhu a tržního prostředí, marketingové strategie, velikosti a umístění výrobní jednotky, pracovních sil, finančně-ekonomických analýz a analýzy rizika projektu,
- shrnutí a závěry - tato závěrečná část podnikatelského záměru by měla obsahovat shrnutí základních aspektů rozvedených v jednotlivých oddílech záměru a časový plán realizace. Pozornost shrnutí by se měla zaměřit především na: zdůvodnění očekávaného úspěchu záměru, uvedení jedinečných rysů firmy a stanovení požadavků na kapitálové zajištění projektu,
- přílohy - do příloh můžeme uvést například výpisy z obchodního rejstříku, životopisy klíčových osobností firmy, fotografie či výkresy výrobků, výkazy zisku a ztrát (Fotr, 2005).

Je samozřejmé, že zvolené schéma podnikatelského záměru by mělo co nejlépe vyhovovat zvolenému tématu podnikatelského záměru a jeho cílům. Pro účely této práce bylo zvoleno schéma podnikatelského záměru podle Peterkové mající následující části:

1. Vstupní profil
 - 1.1. Charakteristika subjektu, předmět činnosti
 - 1.2. Podstata činnosti podniku - popis
 - 1.3. Profesní a osobní údaje zakladatele/ů/
2. Založení firmy
 - 1.1. Právní forma
 - 1.2. Velikost základního kapitálu
3. Marketing
 - 1.1. Průzkum trhu
 - 1.2. Marketingový mix
 - 1.3. SWOT analýza
4. Personální a organizační zajištění
 - 4.4. Organizační struktura
 - 4.5. Lidské zdroje
5. Finanční plán
 - 5.1. Zakladatelský rozpočet
 - 5.1.1. Zdroje financování
 - 5.1.2. Očekávané náklady
 - 5.1.3. Očekávané výnosy
 - 5.1.4. Očekávaný hospodářský výsledek (Peterková, 2007).

2.5 Hotelnictví v České republice

Z hlediska zvoleného podnikatelského záměru – zbudování hotelu**** s minipivovarem je třeba se zabývat základními pojmy hotelnictví včetně legislativních aspektů, s krátkým exkurzem do historie.

2.5.1 Pojem, historie a vývoj

Pojem hotel se vyskytuje v různých spojeních například v souvislosti s dále uváděnou kategorizací ubytovacích zařízení. Z obecného pohledu teorie bývá Hotel definován jako místo, kde se za úplatu poskytuje (zpravidla krátkodobé) ubytování všem kategoriím turistů. Vedle ubytovacích služeb jsou v závislosti na klasifikaci poskytovány další služby jako stravovací, relaxační, společensko-zábavní či konferenční (Křížek, 2011).

Jedna z prvních zmínek o „hotelnictví“ se objevuje ve 13. století v knize Marca Pola Milion. Je zřejmé, že vzniku hotelu v dnešním pojetí předcházelo několik typů zařízení sloužících k ubytování a stravování, například klášterní azyl nebo zájezdní hostinec. Teprve v polovině 19. století se v metropolích a lázeňských střediscích začal vyvíjet typ hotelu, který známe dnes. Velké hotely vznikaly především u hlavních železničních nádraží, které se nacházely většinou ve středu metropole. Hotely se často stávaly chloubou, protože oproti zájezdním hostincům dominovaly především svým architektonickým pojetím, které odráželo požadavky nové doby. Na území České republiky je jedním z nejstarších a dodnes fungujících hotelů Hotel Zvon na náměstí v Českých Budějovicích, stojící zde od roku 1533 (Křížek, 2011).

2.5.2 Zákonná úprava

Hotely a jejich činnost není upravena v českém právním řádu samostatnou speciální právní normou. Legislativní požadavky na výstavbu hotelových zařízení a jejich provoz je třeba hledat v řadě předpisů různé právní síly, počínaje zákony, konče různými státními normami.

Základní podmínky pro provozování hotelových zařízení upravuje zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v platném znění.

Hotel jako vlastní zařízení musí splňovat řadu požadavků, které jsou vyjádřeny především ve vyhláškách jednotlivých rezortů například vyhláška Ministerstva pro místní rozvoj č. 501/2006 Sb., o obecných požadavcích na využití území, v platném znění, vyhláška Ministerstva pro místní rozvoj č. 268/2009 Sb., o technických

požadavcích na stavby, v platném znění, vyhláška Ministerstva pro místní rozvoj č. 398/2009 Sb., o obecných technických požadavcích zabezpečujících bezbariérové užívání staveb, v platném znění a další.

Specifické požadavky jsou pak upraveny především v normách zejména ČSN EN ISO 13809 Služby cestovního ruchu, ČSN EN ISO 18513 Služby cestovního ruchu.

2.5.3 Rozdělení hromadných ubytovacích zařízení

Hromadná ubytovací zařízení (dále jen „**HUZ**“) jsou rozdělovány podle jejich umístění, zaměření a velikosti do níže uvedených skupin.

Umístění:

- přímořské
- horské
- městské
- lázeňské
- rekreační

Zaměření:

- kongresové
- wellness
- lázeňské
- sportovní
- relax
- rodinné

Velikosti:

- malé (do 50 pokojů)
- střední (50 - 150 pokojů)
- velké (150 - 400 pokojů)
- mega (nad 400 pokojů)

Počet pokojů pro zařazení do skupiny dle velikosti je orientační a v závislosti na kapacitách ostatních služeb může oscilovat až o 20% v každé skupině (Křížek, 2011).

2.5.4 Kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení

Kategorizace ubytovacích zařízení je proces dělení ubytovacích zařízení podle stanovené klasifikace. Čím vyšší je klasifikace, tím vyšší by měla být úroveň poskytovaných služeb ubytovacího zařízení. Podle klasifikace ubytovacího zařízení, by měl tedy host mít představu o tom, jaké služby a v jakém rozsahu a kvalitě mu budou poskytnuty. Problém klasifikace v rámci Evropské unie spočívá v její nejednotnosti a díky tomu se hotely v jednotlivých státech špatně srovnávají. Proto Asociace hotelů a restaurací České republiky na základě Usnesení vlády ze dne 17. 7. 1999 č. 717 a za podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu – CzechTourism sestavila „Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel“ pro období let 2013 – 2015 (Křížek, 2011).

Jednotlivé výše uvedené kategorie ubytovacích zařízení jsou charakterizovány takto:

Hotel - ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovací), člení se do pěti tříd.

Hotel garni - ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování, má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně), člení se do čtyř tříd.

Motel - ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené zejména pro motoristy, člení se do čtyř tříd, zařízení se nachází v blízkosti pozemních komunikací s možností parkování, recepce a restaurace může být mimo ubytovací část.

Penzion - ubytovací zařízení s nejméně 5 a maximálně 20 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb (absence restaurace), člení se do čtyř tříd.

Hotel - ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi, člení se do čtyř tříd (Hotelstars, 2006).

2.5.5 Certifikace

Certifikace označuje proces udělení Certifikátu a Klasifikačního znaku dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel.

Udělování a obnovování certifikátů a klasifikačních znaků provádí Asociace hotelů a restaurací České republiky (dále jen „AHR ČR“) a UNIHOST Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách.

Ubytovacímu zařízení typu hotel garni, penzion a dependance mohou být přiděleny v rámci certifikace maximálně čtyři hvězdičky. Ta ubytovací zařízení, která splňují v rámci klasifikace více kritérií než kritéria povinná a minimální počet nepovinných kritérií mohou získat kromě klasické „hvězdičkové“ certifikace, také certifikaci „Superior“ (Křížek, 2011).

Označení ubytovacích zařízení podle „hvězdičkové“ certifikace je následující:

- * Tourist;
- ** Economy;
- *** Standard;
- **** First Class;
- ***** Luxury;

2.5.6 Postup certifikace

AHR ČR a UNIHOST Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách ustanoví jednu společnou klasifikační komisi, která se schází zpravidla jednou za dva měsíce ve složení:

- zástupci sekretariátu AHR ČR;
- zástupci Rady AHR ČR;
- 2 zástupci UNIHOSTU;
- 1 člen AHR ČR zástupce pěti hvězdičkových hotelů;
- 1 zástupce Sdružení ochrany spotřebitelů;

- 1 zástupce Sdružení českých spotřebitelů;
- 1 zástupce CzechTourism;
- 1 zástupce Ministerstva pro místní rozvoj České republiky;
- 1 zástupce Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky;
- 1 zástupce odborové sekce Rady kvality České republiky;

Vyřízení žádosti o vydání certifikátu a klasifikačního znaku musí proběhnout do 60 dnů po obdržení žádosti. Ubytovací zařízení, které o certifikaci žádá, musí nejdříve projít nezávislou kontrolou, která je předem nahlášena a probíhá za přítomnosti žadatele a kontrolorů s pověřením ke kontrole. Kontroluje se především čistota, technický stav, služby, vybavení aj. Poté kontrolor vypracuje protokol, jehož součástí je celkové zhodnocení čistoty a udržování ve škále (ano, spíše ano, spíše ne, ne). Protokol je předán klasifikační komisi, která projednává žádost (Křížek, 2011).

2.6 Minipivovar

Minipivovarem se rozumí restaurační pivovar nebo produkční minipivovar s výstavem piva do 10 000 hl ročně. Jde o svébytné odvětví, které kombinuje výrobu piva s jeho přímým prodejem. Jedná se o relativně nový obor „podnikání“ respektive doplňkového podnikání, který se však velmi dynamicky rozvíjí, neboť řada občanů chce poznávat nové věci a to i na trhu s produkty pivovarů. Rozvoj tohoto odvětví pivovarnického průmyslu vedl ke vzniku Českomoravského svazu minipivovarů.

Poskytování právního a legislativního servisu je základní oblastí činnosti zmiňovaného Českomoravského svazu minipivovarů. Českomoravský svaz chce v této oblasti vystupovat nejen jako poradce, ale také jako silná a jednotná autorita vůči úřadům, institucím a při jednáních se zákonodárci nad novinkami a úpravami v příslušné části legislativy. Dalším z cílů Českomoravského svazu minipivovarů je vzdělávací servis, školení sládků o technologických postupech a specifikách při vaření piva v minipivovarech resp. při přípravě speciálních druhů, ale také systém vzájemného vyměňování osobních zkušeností a seznamování s novinkami v oboru.

Českomoravský svaz minipivovarů byl na ustanovující valné hromadě 16. dubna 2011 založen 32 restauračními pivovary. Prezidentem svazu byl zvolen Jan Šuráň z Pivovarského domu Praha, dalšími členy prezidia jsou Jan Kočka z pivovaru KOCOUR Varnsdorf a Milan Vedra z pivovaru Dobruška (Českomoravský svaz minipivovarů, 2012).

3 Analýza problému a současné situace

Analytická část pro hotel***** s minipivovarem je zpracována z několika oblastí významných pro posouzení záměru. Analýza poptávky, která se zaměřuje na poptávku po hromadných ubytovacích zařízeních a na poptávku po pivu. Analýza prostředí neboli výchozího stavu, která je zaměřena na zkoumání prostředí, ve kterém bude hotel vystavěn a také SLEPT analýza, zabývající se faktory vnějšího prostředí ovlivňující podnikání. Analýza konkurence, která je zpracována z hlediska vzdálenosti či lokace konkurentů a z hlediska úrovně poskytovaných služeb. Další analýzou je analýza turistických zajímavostí, která je podstatná pro předmět podnikatelského záměru. Poslední zkoumanou analýzou je analýza citlivosti a řízení rizik.

3.1 Analýza poptávky po hromadných ubytovacích zařízeních

Analýza trhu vychází z veřejně dostupných informací či dat, které pravidelně uveřejňuje **Český statistický úřad** (dále jen „ČSÚ“). V analýze jsou vždy porovnány tři uplynulé roky, tedy roky 2010, 2011 a 2012. Tato analýza je zpracována k měsíci prosinci roku 2013.

V níže uvedených tabulkách, jsou zachyceny potřebné statistické údaje, tzn. počet hostů a počet přenocování v **HUZ**.

Potřebné údaje jsou dále zpracovávány pro Zlínský kraj, dále pro okres Zlín a rovněž pro statutární město Zlín.

Tabulka č. 1: Počet hostů v HUZ ve Zlínském kraji

Rok	Tuzemští	Zahraniční	Celkem
2010	404 737	57 939	462 676
2011	404 612	64 723	469 335
2012	414 342	69 587	483 929

(Zdroj: Český statistický úřad, dopočty zpracovatel)

→ Z výše uvedené tabulky je zřejmé, že počet hostů ve sledovaných letech v **HUZ** má stoupající tendenci, zejména je patrný nárůst v roce 2012, což můžeme dát do souvislosti s již odeznívající předchozí hospodářskou krizí. Převážná většina

hostů jsou hosté tuzemští. Od roku 2010 byl tedy zaznamenán celkový nárůst za sledované roky o 21 253 hostů.

Následující tabulka zachycuje počet nocí, které hosté v **HUZ** strávili.

Tabulka č. 2: Počet přenocování v HUZ ve Zlínském kraji

Rok	Tuzemští	Zahraniční	Celkem
2010	1 407 183	160 870	1 568 053
2011	1 364 825	166 728	1 531 553
2012	1 344 328	188 019	1 532 347

(Zdroj: Český statistický úřad, dopočty zpracovatel)

→ Z výše uvedených údajů vyplývá, že celkový počet hosty strávených nocí více méně stagnuje.

Představu o tom, jak si v počtu hostů a přenocování stojí Zlínský kraj v porovnání s Českou republikou, nastiňuje následující tabulka.

Tabulka č. 3: Počet hostů a přenocování v HUZ v letech 2011-2012

Hosté/území	Česká republika - celkem			Zlínský kraj			Podíl kraj/ČR	
	2011	2012	i 12/11	2011	2012	i 12/11	011	012
Počet hostů	12 898 712	13 646 913	105,8	469 335	483 929	103,1	3,6	3,5
Nerezidenti	6 715 067	7 164 576	106,7	64 723	69 587	107,5	0,96	0,97
Rezidenti	6 183 645	6 482 337	104,8	404 612	414 342	102,4	6,5	6,4
Nerezidenti %	52,06	52,5	x	13,8	14,38	x	x	x
Rezidenti %	47,94	47,5	x	86,2	85,62	x	x	x
Počet přenocování	38 235 088	39 567 512	103,5	1 531 553	1 532 347	100,0	4,0	3,87
Nerezidenti	19 424 839	20 521 815	105,6	166 728	188 019	112,8	0,85	0,92
Rezidenti	18 810 249	19 045 697	101,3	1 364 825	1 344 328	98,5	7,25	7,05
Nerezidenti %	50,8	51,87	x	10,89	12,27	x	x	x
Rezidenti %	49,2	48,13	x	89,11	87,73	x	x	x

(Zdroj: Český statistický úřad, dopočty zpracovatel)

i - podíl, převáděno na %

→ Co se týče počtů hostů, kteří v České republice **HUZ** navštívili v roce 2012, jedná se o číslo téměř 13,7 milionů, což je oproti roku 2011, kdy **HUZ** navštívilo téměř 12,9 milionů, meziroční nárůst o 5,8%.

→ V rámci Zlínského kraje byl také zaznamenán **nárůst hostů**, kteří **HUZ** navštívili. Oproti roku 2011, v roce 2012 navštívilo **HUZ o 14 594 hostů více** a

byl tedy zaznamenán **meziroční růst o 3,1%**, z toho v roce 2011 bylo 13,8% nerezidentů a 86,2% rezidentů a v roce 2012 bylo 14,38% nerezidentů a 85,62% rezidentů,

- v roce 2012 byl také zaznamenán drobný **nárůst počtu přenocování** v rámci Zlínského kraje. Konkrétně o 794 přenocování,
- počet hostů je ve Zlínském kraji téměř z 86% tvořen rezidenty, oproti tomu v rámci České republiky rezidenti tvoří pouze 47,5%.

Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení ve Zlínském kraji **stále stoupá**, i když se to neodráží na celkovém počtu přenocování. Výsledky výše uvedené analýzy poptávky po **HUZ** jsou pro tento podnikatelský záměr příznivé.

Konkrétnější představu o poptávce po **HUZ** zachycuje následující tabulka, ve které je okruh působení zúžen na okres Zlín. Nadále jsou zpracovávána stejná data, pravidelně uveřejňovaná ČSÚ.

Tabulka č. 4: Počet hostů a přenocování v HUZ v okrese Zlín

Rok	Počet příjezdů hostů	Z toho		Počet přenocování	Z toho	
		Rezidenti	Nerezidenti		Rezidenti	Nerezidenti
2010	186 284	162 461	23 823	841 623	759 188	82 435
2011	191 626	162 002	29 624	809 619	720 652	88 967
2012	208 374	174 276	34 098	806 224	697 929	108 295

(Zdroj: Český statistický úřad, dopočty zpracovatel)

- Z výše uvedené tabulky jasně vyplývá, že počet návštěv v **HUZ** ve zlínském okrese výrazněji **narůstá, od roku 2010 celkem o 22 090 návštěv**. Opět se potvrzuje stejný trend, který platí v rámci celého Zlínského kraje a to ten, že počet přenocování mírně klesá,
- v posledních třech letech je také patrný nárůst nerezidentů, což procentuálně zachycuje následující tabulka.

Tabulka č. 5: Počet hostů a přenocování v HUZ v okrese Zlín v procentuálním vyjádření

Rok	Počet příjezdů hostů	Z toho		Počet přenocování	Z toho	
		Rezidenti v%	Nerezidenti v%		Rezidenti v%	Nerezidenti v%
2010	186 284	87,21	12,79	841 623	90,2	9,8
2011	191 626	84,54	15,46	809 619	89,01	10,99
2012	208 374	83,64	16,36	806 224	86,57	13,43

(Zdroj: Český statistický úřad, dopočty zpracovatel)

Na zkoumání poptávky po **HUZ** přímo ve městě Zlín, ve kterém bude na katastrálním území Mladcová hotel vystavěn, se zaměřuje následující tabulka.

Tabulka č. 6: Počet hostů a přenocování v HUZ ve městě Zlín

Rok	Počet příjezdů hostů	Z toho		Počet přenocování	Z toho	
		Rezidenti	Nerezidenti		Rezidenti	Nerezidenti
2009	39 992	31 897	8 095	98 262	82 315	15 947
2010	44 399	35 114	9 285	109 011	90 256	18 755
2011	-	-	-	-	-	-
2012	50 359	37 710	12 649	119 289	93 575	25 714

(Zdroj: Český statistický úřad, dopočty zpracovatel)

- Data za rok 2011 nejsou v databázi ČSÚ dostupná, aby bylo srovnání jako v předchozích analýzách za tři uplynulé roky, je místo roku 2011 uveden rok 2009,
- z tabulky jasně vyplývá, že od roku 2009 byl ve městě Zlín zaznamenán nárůst počtů hostů, kteří ve Zlíně navštívili **HUZ** o 10 367, počet přenocování se také od roku 2009 zvýšil a to konkrétně o 21 027.

Následující tabulka zachycuje podíl rezidentů a nerezidentů na počtu příjezdů hostů a přenocování v **HUZ** ve městě Zlín.

Tabulka č. 7: Počet hostů a přenocování v HUZ ve městě Zlín v procentuálním vyjádření

Rok	Počet příjezdů hostů	Z toho		Počet přenocování	Z toho	
		Rezidenti v%	Nerezidenti v%		Rezidenti v%	Nerezidenti v%
2009	39 992	79,76	20,24	98 262	83,77	16,23
2010	44 399	79,09	20,91	109 011	82,79	17,21
2011	-	-	-	-	-	-
2012	50 359	74,88	25,12	119 289	78,44	21,56

(Zdroj: Český statistický úřad, dopočty zpracovatel)

- Z výše uvedené tabulky vyplývá, že počet nerezidentů pomalu narůstá, stále však zůstává dominantní pozice rezidentů a to jak pokud jde o návštěvnost tak i počet přenocování.

Pro představu četnosti výskytu **HUZ** podle kategorie, je v následující tabulce porovnán stav Zlínského a Uhersko-Hradišského okresu v porovnání s počtem obyvatel.

Tabulka č. 8: Počet HUZ ve srovnání s počtem obyvatel

Město	Počet obyvatel	HUZ celkem	Z toho			
			*****	****	***	ostatní
Uherské Hradiště	89 405	8	0	2	5	1
Zlín	98 559	21	1	2	6	12

(Zdroj: Český statistický úřad, dopočty zpracovatel)

- Z výše uvedené tabulky vyplývá, že v porovnání s téměř o 9 000 méně obydleným Uherským Hradištěm má město Zlín stejné množství hotelů****,
- počet obyvatel je sečtený při sčítání lidu, domů a bytů v roce 2011, počet **HUZ** pak v roce 2012.

Závěr:

Poptávka po hromadných ubytovacích zařízeních od roku 2010 **stále znatelně stoupá** a to nejen v rámci České republiky, Zlínského kraje a okresu, ale také konkrétně ve městě Zlín, kde bude hotel vystavěn. Zvyšuje se také podíl zahraničních hostů.

3.1.1 Předpokládané údaje za uplynulý rok 2013

Protože analýza poptávky po **HUZ** byla zpracovávána v roce 2013, byla srovnávána data třech uplynulých let, tedy roku 2010, 2011 a 2012. Pro úplnost byla k datu 7. 2. 2014 rozšířena analýza o rok 2013. Data za uplynulý rok 2013 dosud však nebyla detailně zveřejněna ČSÚ, je však k dispozici několik souhrnných statistik, které **nadále potvrzují stoupající trend poptávky po HUZ, kdy se stále zvyšuje počet hostů v HUZ** nejen v České republice, ale také ve Zlínském kraji, což dokládá následující tabulka. (Detailní statistiky pro statutární město Zlín a okres Zlín k tomuto datu nejsou za rok 2013 k dispozici).

Tabulka č. 9: Počet hostů a přenocování v HUZ v letech 2012-2013

Hosté/území	Česká republika - celkem			Zlínský kraj			Podíl kraj/ČR	
	2012	2013	i 13/12	2012	2013	i 13/12	012	013
Počet hostů	13 646 913	13 868 336	101,62	483 929	516 471	106,72	3,55	3,73
Nerezidenti	7 164 576	7 309 856	102,02	69 587	80 792	116,10	0,97	1,11
Rezidenti	6 482 337	6 558 480	101,17	414 342	435 679	105,15	6,4	6,64
Nerezidenti%	52,5	52,7	x	14,38	15,64	x	x	x
Rezidenti %	47,5	47,3	x	85,62	84,36	x	x	x
Počet přenocování	39 567 512	39 316 017	99,37	1 532 347	1 562 016	101,94	3,87	3,97
Nerezidenti	20 521 815	20 719 826	100,96	188 019	206 554	109,86	0,92	0,1
Rezidenti	19 045 697	18 596 191	97,64	1 344 328	1 355 462	100,83	7,05	7,29
Nerezidenti %	51,87	52,7	x	12,27	13,22	x	x	x
Rezidenti %	48,13	47,3	x	87,73	86,78	x	x	x

(Zdroj: Český statistický úřad, dopočty zpracovatel)

i - podíl, převáděno na %

3.2 Analýza poptávky po pivu

Pivo je od dávných dob úzce spjato s Českou republikou, která v jeho **spotřebě drží dlouholeté prvenství**. Dlouhodobý průměr spotřeby piva v litrech na hlavu je dle ČSÚ 158 l za rok.

Podle průzkumu spotřeby piva, který proběhl za uplynulý rok 2012, získala **Česká republika 1. místo s výsledkem 144 litrů na osobu**.

Tabulka č. 10: Spotřeba piva ve světě

Umístění	Stát	Počet litrů piva na osobu
1.	Česká republika	144
2.	Německo	107
3.	Rakousko	106
4.	Irsko	99
5.	Polsko	85
6.	Austrálie	82
7.	Belgie	82
8.	Velká Británie	81
9.	Španělsko	80
10.	Venezuela	80
11.	Rumunsko	80
12.	USA	79
13.	Nizozemsko	74
14.	Rusko	73

(Zdroj: průzkum společnosti SABMiller)

Navzdory tomu, že Česká republika drží prvenství ve spotřebě piva na světě, spotřeba piva v České republice mírně klesá.

Tabulka č. 11: Spotřeba piva v litrech na osobu v jednotlivých letech

Rok	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Spotřeba v litrech na hlavu	161,7	160,5	163,5	159,1	159	157	150,7	144,4	149	144

(Zdroj: Český statistický úřad, upraveno)

→ Z výše uvedené tabulky sice vyplývá, že spotřeba piva v České republice má mírně klesající tendenci, avšak v rámci Evropy jsme stále na 1. místě a není pochyb o tom, že je u nás o pivo stále velký zájem.

Zajímavou studii připravila také společnost Ernst & Young, jejíž výsledky zveřejnil na svém webu Český svaz pivovarů a sladoven, ze kterého vyplývá, že zatímco každý **Čech** vypije v průměru asi **třetinku piva** denně, **zahraniční turista** dle údajů Ernst & Young vloni vypil v průměru necelá **2 piva** denně. Nejvíce piva turisté spotřebují tradičně v letních měsících. Z více než 20 milionů turistů, kteří v loňském roce navštívili Českou republiku, tvořily více než 70% národnosti, které se tradičně umisťují na předních příčkách zemí s nejvyšší spotřebou piva.

Výše uvedené údaje, přestože se týkají celkové spotřeby piva, která je vytvářena především velkými producenty je možno využít i při analýze pro poptávku v minipivovaru neboť návštěvníci těchto specifických zařízení jsou z velké části shodní s běžnými konzumenty. Navíc specifická minipivovarů přiláká i zákazníky, kteří se k běžným konzumentům piva neřadí.

Závěr:

Spojení hotelu a minipivovaru je tedy cílen mimo jiné právě na **zahraniční turisty**, kteří dle průzkumu při návštěvě České republiky vypijí o **1,7 dcl piva denně více, než český občan**. Tento fakt potvrzuje také skutečnost, která vyplývá z analýzy poptávky po **HUZ**, že **zahraničních turistů stále přibývá** a jejich podíl na celkovém počtu návštěvníků je stále větší. Dále záměr počítá se zájmem i příležitostních konzumentů piva o netradiční produkt.

3.3 Analýza konkurence z hlediska vzdálenosti a lokace konkurentů

Za potencionální konkurenci lze považovat hromadná ubytovací zařízení nacházející se v blízkém okolí, splňující stejnou či obdobnou certifikaci v kategorii (v tomto případě *****) a poskytující pro potencionálního zákazníka stejné či vzájemně zaměnitelné služby.

Jako výchozí kritérium slouží vzdálenost budoucího hotelu od nejbližšího hotelu splňujícího stejnou certifikaci v kategorii *****.

V rámci města Zlín se dle databáze ČSÚ nachází dva hotely s certifikací v kategorii *****, první z nich je vzdálen od místa výstavby cca 3,8 km a druhý cca 5,2 km a to na opačné straně města.

Tabulka č. 12: HUZ ve městě Zlín s certifikací v kategorii hotel *****

Název	Adresa	Sezónní provoz	Počet pokojů
HOTEL TOMÁŠOV	Zlín, Zlín, U Lomu 638	celoroční provoz	11 až 50
LESNÍ HOTEL	Zlín, Zlín, Filmová 4346	celoroční provoz	11 až 50

(Zdroj: Český statistický úřad, upraveno)

3.4 Analýza konkurence z hlediska kvality a úrovně poskytovaných služeb

Jak bylo již zmíněno, za přímou konkurenci, nabízející stejnou úroveň a kvalitu služeb, splňující stejnou certifikaci v kategorii hotel**** lze považovat dva hotely.

Pro širší pohled na konkurenci, byla rozšířena působnost na hotely poskytující dle certifikace v kategorii hotel**** stejnou či obdobnou úroveň služeb v celém okrese Zlín a následně v celém Zlínském kraji, což zachycují dvě následující tabulky.

Tabulka č. 13: HUZ v okrese Zlín s certifikací v kategorii hotel *****

Název	Adresa	Sezónní provoz	Počet pokojů
HOTEL TOMÁŠOV	Zlín, Zlín, U Lomu 638	celoroční provoz	11 až 50
LESNÍ HOTEL	Zlín, Zlín, Filmová 4346	celoroční provoz	11 až 50

HOTEL AUGUSTINIÁNSKÝ DŮM	Luhačovice, Luhačovice, A. Václavíka 241	celoroční provoz	11 až 50
JURKOVIČŮV DŮM	Luhačovice, Luhačovice, Lázeňské náměstí 109	celoroční provoz	51 až 100
DŮM BEDŘICHA SMETANY	Luhačovice, Luhačovice, Lázeňské náměstí 308	celoroční provoz	11 až 50
SOUKROMÉ LÁZNĚ NIVA II.	Luhačovice, Luhačovice, Masarykova 336	celoroční provoz	51 až 100
PALACE	Luhačovice, Luhačovice, nám. 28. října 441	celoroční provoz	101 a více
HOTEL TUSKULUM	Lukov, Lukov, K Tuskulu 137	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL ROTTAL	Otrokovice, Kvítkovice, Zlínská 172	celoroční provoz	51 až 100
EUROAGENTUR HOTEL ATRIUM****	Otrokovice, Otrokovice, nám. 3. května 1877	celoroční provoz	51 až 100

(Zdroj: Český statistický úřad, upraveno)

Tabulka č. 14: HUZ ve Zlínském kraji s certifikací v kategorii hotel ****

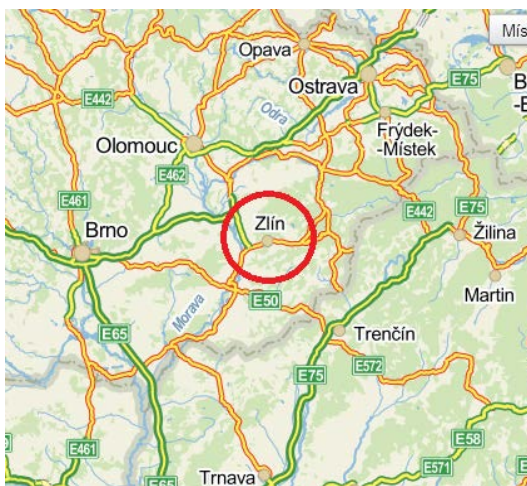
Název	Adresa	Sezónní provoz	Počet pokojů
HOTEL TOMÁŠOV	Zlín, Zlín, U Lomu 638	celoroční provoz	11 až 50
LESNÍ HOTEL	Zlín, Zlín, Filmová 4346	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL AUGUSTINIÁNSKÝ DŮM	Luhačovice, Luhačovice, A. Václavíka 241	celoroční provoz	11 až 50
JURKOVIČŮV DŮM	Luhačovice, Luhačovice, Lázeňské náměstí 109	celoroční provoz	51 až 100
DŮM BEDŘICHA SMETANY	Luhačovice, Luhačovice, Lázeňské náměstí 308	celoroční provoz	11 až 50
SOUKROMÉ LÁZNĚ NIVA II.	Luhačovice, Luhačovice, Masarykova 336	celoroční provoz	51 až 100
PALACE	Luhačovice, Luhačovice, nám. 28. října 441	celoroční provoz	101 a více
HOTEL TUSKULUM	Louky, Lukov, Tuskulu 137	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL ROTTAL	Otrokovice, Kvítkovice, Zlínská 172	celoroční provoz	51 až 100
EUROAGENTUR HOTEL ATRIUM****	Otrokovice, Otrokovice, nám. 3. května 1877	celoroční provoz	51 až 100

HOTEL EROPLÁN	Rožnov pod Radhoštěm, Rožnov pod Radhoštěm, Horní Paseky 451	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL AGH	Rožnov pod Radhoštěm, Rožnov pod Radhoštěm, Nerudova 142	celoroční provoz	11 až 50
ENERGETIC WELLNESS RESORT	Rožnov pod Radhoštěm, Rožnov pod Radhoštěm, Rekreační 1037	celoroční provoz	51 až 100
HOTEL LANTERNA	Velké Karlovice, Malé Karlovice 639	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL SYNOT	Staré Město, Staré Město, Nad Hřištěm 1891	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL U HEJTMANA ŠAROVCE	Uherské Hradiště, Uherské Hradiště, Dvořákova 595	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL SLUNCE	Uherské Hradiště, Uherské Hradiště, Masarykovo náměstí 155	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL MLÝN	Velehrad, Velehrad, Na Hrádku 4	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL U BRÁNY	Uherský Brod, Uherský Brod, Bří Lužů 1769	celoroční provoz	10 a méně
HOTEL OCTÁRNA	Kroměříž, Kroměříž, Tovačovského 318	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL BOUČEK	Kroměříž, Kroměříž, Velké náměstí 108	celoroční provoz	11 až 50

(Zdroj: Český statistický úřad, upraveno)

3.5 Analýza výchozího stavu

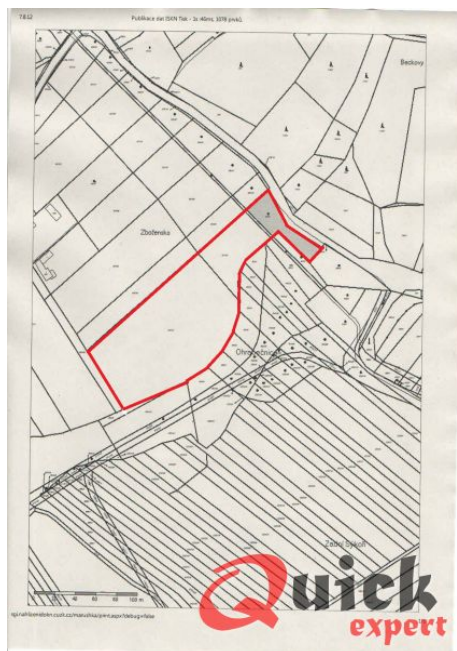
Zlín je statutární město na jihovýchodě Moravy, ležící v údolí řeky Dřevnice na rozhraní Hostýnských a Vizovických vrchů.



Obrázek 1: poloha Zlína
(Zdroj: Mapy.cz, 2014)

Zlín je centrem Zlínského kraje, s počtem obyvatel v roce 2011, 98 559 obyvatel. Rozloha katastrálního území Zlín je 11 885 ha. Město se člení na 16 katastrálních území: Jaroslavice u Zlína, Klečůvka, Kostelec u Zlína, Kudlov, Lhotka u Zlína (zahrnuje místní části Chlum a Lhotka), Louky nad Dřevnicí, Lužkovice, Malenovice u Zlína, **Mladcová**, Příluky u Zlína (rozděleno mezi místní části Zlín a Příluky), Pršténé, Salaš u Zlína, Štípa, Velíková, Zlín, Želechovice nad Dřevnicí.

Stavební parcela hotelu se nachází na katastrálním území Mladcová, lokalita Zboženských rybníků. Jedná se o pěkné, klidné a slunné místo v blízkosti lesa, s výbornou dostupností do centra města Zlín (vzdálenost cca 1 km). Tato parcela má rozlohu 15 980m² a cena za 1m² je 540,-Kč.



Obrázek 2: poloha pozemku
(Zdroj: Reality-Zlín, 2014)

3.6 SLEPT analýza

„SLEPT analýza je analýza vnějšího prostředí zaměřená na sociální, legislativní, ekonomické, politické a technologické faktory, které mohou ovlivnit naše budoucí podnikání“ (Hanzelková, 2013).

Sociální faktory

Mezi sociální faktory ovlivňující podnikání patří zejména vliv obyvatelstva co se jeho stáří, úrovně, náboženství či životního stylu týče. Toto všechno může ovlivnit poptávku i nabídku po zboží a službách.

Stáří obyvatelstva

Pro hoteliérství jsou nejzajímavějším ovlivňujícím faktorem senioři. Při posledním sčítání domů, lidí a bytů v roce 2011 (dostupné na czso.cz) bylo sečteno, že v České republice je 2 308 294 nepracujících seniorů a právě tito senioři mohou

znamenat pro cestovní ruch velké plus, protože se dožívají čím dál vyššího věku a při dobré fyzické kondici neztrácejí chuť cestovat. Díky tomu, že nepracující, nejsou nijak limitováni časem a naopak upřednostňují menší pohyb lidí, vyhledávají často mimosezónní pobyty a cesty, což pomáhá hotelům naplnit kapacity i mimo sezónu, kdy není o ubytování takový zájem. Totéž platí i o seniorech z jiných zemí, zejména senioři z rozvojových zemí mají také vyšší starobní důchody a také více finančních prostředků, které rádi a často do cestování investují.

Dále studenti, kteří si v dnešní době při studiích přivydělávají a tyto výdělky také často investují do cestování za zábavou, odpočinkem či poznáním.

Délka pobytu

V posledních letech se rozmohl trend zkracování délky pobytu, jak zachycuje následující tabulka. Je to dáno především tím, že lidé cestují nebo si užívají dovolenou častěji za rok. Cestovat častěji a s kratší dobou pobytu není v době, kdy je trhu velké množství nízkonákladových leteckých linek s vysokou frekvencí letů, žádný problém.

Tabulka č. 15: Průměrná délka pobytu ve dnech v HUZ

Území	2010	2011	2012
Česká republika	4,0	4,0	3,9
Zlínský kraj	4,4	4,3	4,2

(Zdroj: Český statistický úřad, upraveno)

Legislativní faktory

Provoz hotelu, tak jako každé podnikání, má svůj legislativní rámec, to znamená, že je nutné dodržovat zejména povinnosti vyplývající z obecně závazných právních předpisů a rovněž předpisů specifických pro tuto oblast včetně řady nařízení a norem. Z hlediska vlastního provozu hotelu a minipivovaru je nejdůležitější dodržování zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání v platném znění.

Velmi významnou legislativní oblastí je oblast upravující Daně. Pro zvolený předmět podnikání jsou klíčovými zákony, zákon o dani z příjmu, zákon o dani z přidané hodnoty, zákon o spotřební dani. Daň z přidané hodnoty - (dále jen „DPH“) silně ovlivňuje fungování hotelu a každé její zvyšování má nepříznivý vliv. Od roku 2012 docházelo ke zvyšování DPH a to jak její základní sazby, tak také sazby snížené,

což se nutně musí projevit na ceně služeb nejen ubytovacích, ale také stravovacích. Poslední zvýšení DPH proběhlo v lednu 2013, kdy základní sazba byla stanovena na 21% a snížená pak na 15%. Pro rok 2014 zůstávají obě sazby DPH na stejné úrovni a dle vyjádření nové vlády by ke zvyšování dojít nemělo.

Ekonomické faktory

K ekonomickým faktorům patří makroekonomické ukazatele, jako je inflace, hrubý domácí produkt, směnný kurz či úroková sazba nebo nezaměstnanost. Zejména u cestovního ruchu je důležité tyto ekonomické faktory sledovat, protože produkt cestovního ruchu je považován za produkt zbytný, tedy takový produkt, jehož spotřebu lidé v případě recese omezují. Jeden z důležitých ekonomických faktorů je poptávka po **HUZ**, tu však detailně rozebírá kapitola 3.1 této práce.

Tempo růstu HDP

Hrubý domácí produkt - (dále jen „HDP“) je „*tok zboží a služeb, vyrobených na území určité země za určité období*“ (Holman, 2011). Vývoj HDP za poslední tři čtvrtletí roku 2013 zachycuje následující tabulka.

Tabulka č. 16: Vývoj HDP za poslední tři čtvrtletí roku 2013

Čtvrtletí/rok	HDP v mld. Kč
3 / 13	962,3 mld. Kč
2 / 13	964,2 mld. Kč
1 / 13	953,9 mld. Kč

(Zdroj: Český statistický úřad, upraveno)

→ Dle ČSÚ došlo ve 4. čtvrtletí roku 2013 nárůstu HDP o 0,8%.

Inflace

„*Inflace je růst cen neboli zmenšování kupní síly peněz*“ (Holman, 2011). Jedná se o makroekonomický ukazatel, který ovlivňuje podnikání. Míra inflace se určuje pomocí indexu spotřebitelských cen. „*Míra inflace vyjádřená přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen vyjadřuje procentní změnu průměrné cenové hladiny za 12 posledních měsíců proti průměru 12 předchozích měsíců*“ (Český statistický úřad, 2014).

Tabulka č. 17: Vývoj inflace jednotlivých měsíců v letech 2013-2014, v %

	Měsíc											
Rok	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
2013	3,2	3,0	2,8	2,7	2,5	2,3	2,2	2,0	1,8	1,6	1,5	1,4
2014	1,3											

(Zdroj: Český statistický úřad, upraveno)

→ Z výše uvedené tabulky je očividné, že v České republice dochází ke snižování inflace, kdy od ledna 2013 do ledna 2014 došlo k jejímu snížení o 1,9% .

Míra nezaměstnanost

„Obecná Míra nezaměstnanosti se udává podle vzorce $u=U/(U+L)$, kdy U je počet nezaměstnaných a L je počet zaměstnaných“ (Holman, 2011). Situaci zaměstnanosti, nezaměstnanosti a ekonomické aktivity za pět po sobě předcházejících čtvrtletí zachycuje následující tabulka. Tyto ukazatele jsou zajímavé z pohledu „nás“ jakožto budoucího zaměstnavatele, který bude na trhu práce poptávat pracovní sílu.

Tabulka č. 18: Přehled ukazatelů zaměstnanosti, nezaměstnanosti a ekonomické aktivity

Ukazatel	4. čtvrtletí 2012	1. čtvrtletí 2013	2. čtvrtletí 2013	3. čtvrtletí 2013	4. čtvrtletí 2013
Míra zaměstnanosti (%)	54,8	54,5	55,3	55,3	55,4
Obecná míra nezaměstnanosti (%)	7,2	7,4	6,7	6,9	6,7
Míra ekonomické aktivity (%)	59,1	58,9	59,3	59,5	59,4

(Zdroj: Český statistický úřad)

Směnný kurz

Co se týká směnného kurzu, nelze opomenout kroky České národní banky (dále jen „ČNB“), která historicky poprvé využila kurz koruny jakožto nástroj měnové politiky a cíleně korunu oslabila a rozhodla se ji nadále držet poblíž hladiny 27,-Kč za euro.

Dle ČNB byl tento krok nutný a v roce 2014 přinese následující pozitiva:

- zvýšení HDP o 2,1%,
- zvýšení cen dovozu což podpoří poptávku po zboží domácího původu,

→ lidé budou méně spořit a více utrácet, což zajistí odbyt českým firmám (Česká národní banka, 2014).

Tabulka č. 19: Kurzy vyhlášené ČNB k 17. 2. 2014

Měna	Kurz
EUR	27,395 CZK
USD	20,001 CZK
GBP	33,454 CZK

(Zdroj: Česká národní banka, upraveno)

Toto oslabení koruny by mohlo mít pozitivní vliv na návštěvnost zahraničních turistů, pro které bude v České republice levněji.

Politické faktory

Z hlediska politických faktorů je pro řádné fungování hotelu důležitá politická stabilita v daném státě. V současné době po volbách v říjnu 2013 je v čele republiky vláda nová, která si podle průzkumů na rozdíl od vlády předchozí získala větší důvěru občanů, avšak o potřebné stabilitě z pohledu dlouhodobých ekonomických záměrů zatím mluvit nelze.

Co však ovlivňuje působení hotelu, jsou mezinárodní vztahy s okolními státy a především členství České republiky v mezinárodních organizacích, které nejen upevňují vztahy s jinými zeměmi, umožňují čerpání dotací, ale také odstraňují bariéry, co se cestování týče, což se pozitivně odráží na počtu zahraničních turistů. Česká republika je členem:

- Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO)
- Organizace spojených národů (OSN)
- Severoatlantické aliance (NATO)
- Evropské unie (EU)
- Světové obchodní organizace (WTO)

Technologické faktory

Fungování hotelu může být, co se technologických faktorů týče, ovlivňováno například tzv. internetovými distribučními systémy, které jsou využívány pro přímé online rezervace pokojů. Svou roli zde hraje také využívání informačních systémů, které

jsou zdrojem informací a dat, které následně využívá například management hotelu pro jeho řízení.

3.7 Analýza citlivosti a řízení rizik

Výstavba hotelu sebou nese řadu rizik, se kterými je nutné počítat. Ne všem rizikům lze úspěšně předcházet, proto je důležité stěžejní rizika analyzovat a snižovat tak moment překvapení v případě, že riziko skutečně nastane.

Rizikové faktory, se kterými projekt „výstavby hotelu“ počítá, jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka č. 20: Přehled rizik

Popis rizika	Ozn.	Pravděpodobnost uskutečnění	Významnost rizika
Rizika plynoucí z vývoje cen			
Změny cen stavebních prací	F1	velká	malá
Změny cen stavebního materiálu	F2	velká	malá
Změny cen vstupních služeb	F3	velká	malá
Rizika plynoucí z poptávky			
Pokles poptávky po HUZ	F4	malá	velká
Pokles celkového cestovního ruchu	F5	malá	střední

(Zdroj: zpracovatel)

Hodnocení pravděpodobnosti uskutečnění rizika, stejně jako jeho významnost hodnotíme ve stupnici:

- **M**: malá pravděpodobnost uskutečnění rizika/malá významnost z hlediska dopadu rizika.
- **S**: střední pravděpodobnost uskutečnění rizika/střední významnost z hlediska dopadu rizika.
- **V**: velká pravděpodobnost uskutečnění rizika/velká významnost z hlediska dopadu rizika.

Schematické zobrazení výše jmenovaných rizik zachycuje následující obrázek.

Významnost rizika				
	V	F4		
	S	F5		
	M			F1,F2,F3
		M	S	V
		Pravděpodobnost		

Obrázek 3: schematické zobrazení rizik

(Zdroj: zpracovatel)

U rizikového faktoru týkajícího se změn v cenách stavebních prací je nutné brát v úvahu, že ceny ve stavebnictví jsou ovlivňovány sezónností, je tedy třeba počítat s menšími výkyvy v průběhu ročního období. Podle tiskové zprávy ČSÚ zveřejněné 16. 12. 2013 došlo za uplynulé čtvrtletí k poklesu cen stavebních prací o 0,8%, což se však vzhledem k zimnímu období dá očekávat. Průměrné tempo růstu cen stavebních prací a děl v roce 2012 poklesl o 0,2%, shodně také v roce 2011 byl zaznamenán pokles o 0,2%. Tyto informace jsou veřejně dostupné a pravidelně uveřejňované na stránkách ČSÚ. Z výše uvedeného se dá očekávat spíše stagnace, či mírný pokles, co se vývoje cen stavebních prací týče.

Co se týče změny cen u stavebního materiálu, situace by se měla vyvíjet obdobně jako u cen stavebních prací, tudíž lze očekávat mírný pokles či stagnaci cen. Dle současné ekonomické a politické situace by nemělo dojít ani ke zvýšení sazby DPH (jak tomu v posledních letech bylo), která by zvýšila jak ceny stavebního materiálu, tak ceny stavebních prací.

Podobně je to s rizikovým faktorem změny cen vstupních služeb (poradenství, zpracování projektové a technické dokumentace). Cena vstupních služeb roste pravidelně nejméně o míru inflace.

Pokles poptávky po HUZ v kraji, okrese či přímo ve statutárním městě Zlín, by pochopitelně mohlo mít velký dopad na fungování hotelu. Nicméně, jak je z analýzy

poptávky po **HUZ** a ze zkušeností z předchozích let zřejmé, je málo pravděpodobné, že by k této situaci došlo.

Co se týče poklesu cestovního ruchu například vlivem nečekaných událostí, jako byly v minulosti teroristické útoky, je riziko minimální. Pokud by však i došlo v tomto důsledku na snížení cestovního ruchu, týkalo by se to především zahraničních turistů, kteří tvoří cca 15 % z celkového počtu návštěv v **HUZ**. Díky této skutečnosti je dopad tohoto rizikového faktoru pouze střední.

4 Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Tato část řeší vlastní podnikatelský záměr tak, aby po obsahové stránce obsahoval vše, co by správně vypracovaný záměr obsahovat měl. Co se týká jeho struktury, ta vychází z teoretické části této práce a jeho formulace je přizpůsobena předmětu podnikání.

4.1 Vstupní profil

Předmětem tohoto podnikatelského záměru je založení hromadného ubytovacího zařízení s certifikací v kategorii hotel**** s minipivovarem. Součástí hotelu bude hotelová restaurace, v jejíž nabídce bude pivo ze zmíněného minipivovaru. V rámci hotelu bude také fungovat hotelové wellness, které bude přístupné jak veřejnosti, tak hotelovým hostům. Hotel bude vystavěn ve městě Zlín na katastrálním území Mladcová a fungovat v celoročním provozu, tedy 360 dní v roce. Uvedení hotelu do provozu je naplánované na jaro roku 2016.

Hotel bude vybaven 22 dvoulůžkovými pokoji, z nichž 19 pokojů bude standardních, 2 apartmány a 1 prezidentský apartmán. Jeho kapacita bude celkem tedy 44 lůžek.

Co se restaurace týče, její kapacita bude až 75 míst a v letních obdobích dalších až 30 míst nabídne letní zahrádka. Součástí hotelové restaurace bude minipivovar, jímž vyprodukované pivo bude v nabídce této restaurace. Stálou, celoroční nabídku piv budou doplňovat v průběhu roku další piva přizpůsobená ročním obdobím. Minipivovar počítá v průběhu roku také s různými „speciálními“ pivy v souvislosti např. se slavnostními příležitostmi.

Hotelové wellness bude mít kapacitu maximálně 8 osob a jeho využití bude jak pro hotelové hosty tak také pro širokou veřejnost.

Stěžejní činností hotelu bude tedy ubytovací činnost, je však důležité, aby byl dostatečně atraktivní i pro obyvatele města Zlín a blízkého okolí, čehož má v plánu

dosáhnout prostřednictvím restaurace, která bude navíc oproti jiným nabízet i vlastní pivo, které je v Česku jak dokazují analýzy, velmi populárním alkoholickým nápojem. Zejména v letních měsících návštěvníci ocení posezení na letní zahrádce v příjemném a poklidném prostředí v blízkosti lesa a v zimních měsících poté prohřátí organismu a relaxaci v hotelovém wellness.

4.2 Založení společnosti

Součástí tohoto podnikatelského záměru bude založení společnosti s ručením omezeným (s.r.o.), v rámci které bude hotel provozován. Předmětem podnikání s.r.o. bude:

- pivovarnictví a sladovnictví
- hostinská činnost
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Pro pivovarnictví a sladovnictví a hostinskou činnost musí být zřízena zvláštní živnost, jejíž udělení je podmíněno, jak vyplývá ze živnostenského zákona, zaštitěním osobou odpovědnou za příslušnou činnost.

Jak vyplývá ze zákona č. 90/2012 Sb., zákona o obchodních korporacích pro založení společnosti s ručením omezeným je potřeba složit počáteční vklad ve výši 1,- Kč, založit společnost sepsáním společenské smlouvy, která poté dnem zápisu do obchodního rejstříku vzniká. S.r.o. pro hotel**** s minipivovarem bude založena třemi společníky, z nichž každý se zavázal vložit jednorázový peněžitý vklad ve výši 14 600 000,-Kč, celkem tedy 43 800 000,-Kč. Každý ze společníků bude tedy vlastnit třetinový podíl na této společnosti.

Tabulka č. 21: Zahajovací rozvaha

Zahajovací rozvaha ke dni zápisu společnosti do obchodního rejstříku			
Aktiva	v tis./Kč	Pasiva	v tis./Kč
211 - Pokladna	10	411- Základní kapitál	43 800
221 - Bankovní účet	43 790		
Aktiva celkem	43 800	Pasiva celkem	43 800

(Zdroj: zpracovatel)

4.3 Marketingová strategie

Cílem marketingové strategie je vyplnit mezeru na trhu v oblasti nabízených ubytovacích a stravovacích služeb. Spojení luxusního hotelu s minipivovarem spolu s klidnou lokalitou městské části Zlína bude ideálním prostředím pro odpočinek, vychutnání si dobrého jídla či jedinečného piva, které nenabídne žádné jiné ubytovací zařízení této úrovně v okolí.

Jak vyplývá z analýzy konkurence, která je uvedena v kapitole 3.3 této práce, ve městě Zlín fungují dva hotely s certifikací v kategorii hotel****. Tento vystavěný hotel, bude tedy třetí v pořadí a získá 1/3 podíl na relevantním trhu, který představuje 33,33%.

Součástí marketingové strategie bude vypracován marketingový mix 4P (product, price, promotion, place), který zahrnuje 4 nástroje, pomocí kterých se společnost snaží o dosažení svých cílů, o prosazení se na trhu.

4.3.1 Marketingový mix - produkt/product

V případě hotelu**** s minipivovarem bude výstupním produktem služba. Služby budeme nabízet celkem tři a to ubytování v rámci hotelu, stravování v rámci restaurace a odpočinek v rámci wellness.

- Hotel - 44 nových lůžek ve 22 dvoulůžkových pokojích. 19 pokojů bude standardních, 2 apartmány a 1 apartmán prezidentský, který bude sloužit především pro společensky významné osoby.
- Restaurace - 75 míst uvnitř restaurace včetně salónek a dalších až 30 míst v rámci letní zahrádky. Součástí restaurace bude minipivovar, jehož pivo bude v této restauraci nabízeno.
- Wellness - s kapacitou 8 osob, které nabídne masáže, saunu, ochlazovací bazén, parní kabinu a vířivý bazén.

Provozní doba výše uvedených služeb se předpokládá cca 12-14 hodin denně v celoročním provozu 360 dní v roce. Služby wellness budou přístupné i veřejnosti s tím, že hotelový host má vždy přednost.

4.3.2 Marketingový mix - cena/price

- Průměrná cena za menu pro 1 osobu je odhadována na 200,-Kč.
- Cena za jednorázový dvouhodinový vstup do wellness je stanovena na 340,-Kč za osobu. (Tato cena je stanovena pro veřejnost, hotelový host bude mít tuto službu přístupnou se slevou, cena hotelového hosta za jednorázový dvouhodinový vstup do wellness bude 260,-Kč).
- Průměrná cena za 1 lůžko v hotelu je stanovena na 1100,-.

V případě ceny za menu a lůžko se jedná o cenu průměrnou, skutečná cena se bude přirozeně odvíjet od náročnosti menu nebo úrovně ubytování, kterou si host zvolí z nabídky standardních pokojů, apartmánů nebo prezidentského apartmá.

4.3.3 Marketingový mix - propagace/promotion

Propagace bude realizována zejména prostřednictvím následujících nástrojů propagace:

- tisková reklama - formou letáků, novin
- directmail - zasílání emailů předem vybraným subjektům
- internet - formou reklamního banneru

4.3.4 Marketingový mix - distribuce/place

Přímé distribuční cesty

S prodejem ubytovacích a návazných služeb (wellness, restaurace) se počítá prostřednictvím internetu (rezervační systém), telefonu nebo osobním objednáním na recepci hotelu.

Nepřímé distribuční cesty

Ubytovací služby budou nabízeny také prostřednictvím zprostředkovatelů – touroperátorů, turistických informačních center, cestovních kanceláří, hotelových serverů a portálů, cestovních agentur.

Pro oslovení zahraniční klientely budou využity služby zahraničních zprostředkovatelských subjektů.

4.4 Personální a organizační zajištění

V souvislosti s provozem hotelu vznikne celkem 10 nových pracovních pozic a celkem tak vznikne 22 nových pracovních míst, u nichž není předem dána příslušnost pohlaví.

- 1x manažer hotelu
- 1x asistentka manažera
- 3x recepční
- 4x číšník
- 4x kuchař
- 2x pomocná síla v kuchyni
- 1x správce objektu
- 3x pokojská
- 1x sládek minipivovaru
- 2x pomocná síla v minipivovaru

4.4.1 Pracovní náplň jednotlivých pracovních pozic

Manažer hotelu - Řídící osoba odpovídající za chod hotelu. Reprezentuje hotel při jednání s jinými subjekty a řeší veškeré záležitosti týkající se dodavatelů. Jako řídící osoba řídí veškerý personál hotelu, deleguje mu úkoly a motivuje jej.

Asistentka manažera - Je pravou rukou manažera hotelu, plní jeho požadavky a přání a stará se o základní administrativu.

Recepční - Hlavním úkolem recepční je přijímat hosty, ubytovávat je a vystěhovávat. Odpovídá za rezervace pokojů a řeší běžné požadavky klientů. Recepční dohlíží na práci pokojských.

Číšník - Jeho úkolem je obsluhovat návštěvníky restaurace a v letních měsících také letní zahrádky, která je její součástí.

Kuchař - Pracuje v kuchyni hotelové restaurace a je odpovědný za jídlo, které připraví. Jeden ze čtyř kuchařů (šéfkuchař) je zároveň odpovědnou osobou za hostinskou činnost a nadřízeným zbylým třem kuchařům.

Pomocná síla v kuchyni - Vykonává pomocné práce v kuchyni, které ji přidělí kuchař. Vypomáhá v případě nutnosti číšníkům.

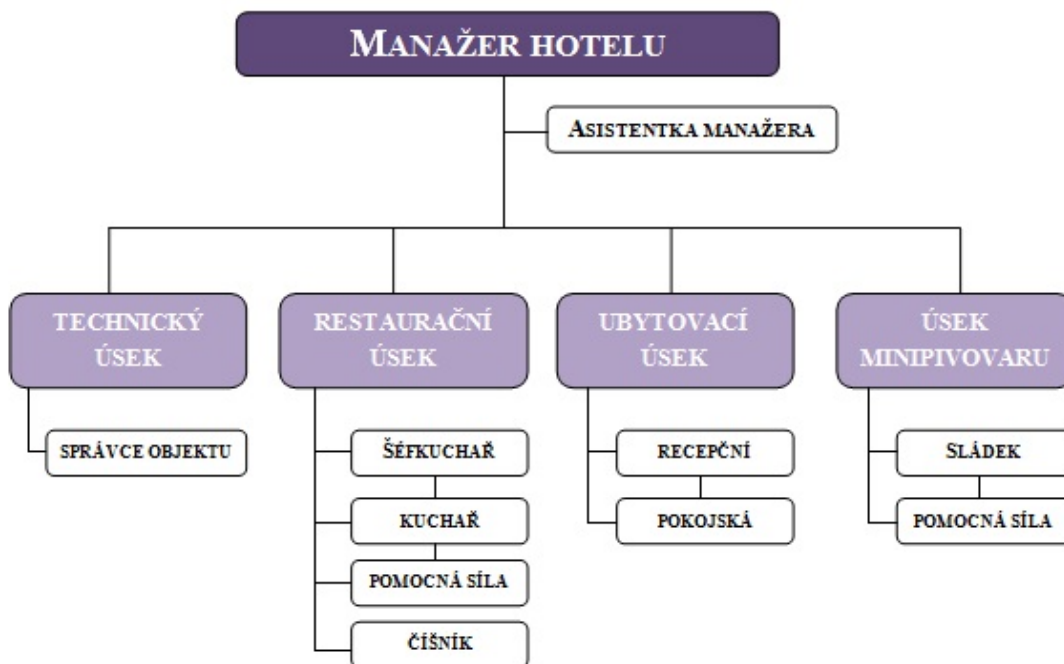
Správce objektu - Správce objektu dohlíží na bezproblémový technický stav hotelu a vykonává drobné opravy, případně zajišťuje odborníky na opravy složitější. Jeho dalším úkolem je údržba objektu a dohlíží také na bezpečnost.

Pokojská - Odpovídá za čistotu pokojů a společných prostor. Jejím úkolem je úklid a výměna ložního prádla.

Sládek minipivovaru - Sládek odpovídá za chod minipivovaru a uvařené pivo. Zároveň je osobou odpovědnou za pivovarnictví a sladovnictví.

Pomocná síla minipivovaru - Je podřízena sládkovi minipivovaru a společně se starají o celkový chod minipivovaru.

4.4.2 Organizační struktura



Obrázek 4: liniově štábní organizační struktura
(Zdroj: zpracovatel, 2014)

4.5 Finanční plán

Finanční plán pro podnikatelský záměr na založení hotelu s minipivovarem zahrnuje jednorázovou investici do samotné výstavby hotelu s minipivovarem a její finanční krytí a také rozpočet nákladů, výnosů, následně vyčíslení předpokládaného hospodářského výsledku za první rok provozu tohoto hotelu a sestavení rozvahy.

Veškeré výpočty je nutno brát jako orientační, které mají zhruba nastínit hranici, kolem které se bude pohybovat.

Pro krytí rozdílů je nutno počítat s rezervou pro případ vzniku okolností, které by měly vliv na prodražení výstavby.

4.5.1 Investice výstavby a její financování

Před uvedením hotelu do provozu musí být nejprve vystavěn, což bude představovat několikamilionovou investici. Jednotlivé položky investice jsou odhadovány v porovnání s jinými existujícími projekty výstavby této velikosti a je nutno brát je jako orientační.

Hodnota investice

Pozemek	8 629 200,-
---------	-------------

Terénní úpravy	120 000,-
----------------	-----------

Komunikace a parkoviště	1 000 000,-
-------------------------	-------------

Kanalizace, vodovod	1 700 000,-
---------------------	-------------

Hrubá stavba

- konstrukce, stropy, stěny a příčky, schodiště, lešení, výtahová šachta, dlažby a podlahy.

14 200 000,-

Dokončovací práce

- klempířské, tesařské, truhlářské, zámečnické práce, nátěry, malby, obklady, povlakové podlahy.

19 000 000,-

Montáže

- elektromontáže, vzduchotechnika,
výtahová montáž. 6 250 000,-

Interiéry

- pokoje, osvětlení,
minipivovar, restaurace. 9 500 000,-

Ostatní náklady

- projektová dokumentace, výběrové řízení,
technická dokumentace,
stavební dozor, inzerce. 3 300 000,-

Celkem bez DPH	63 699 200,-
----------------	--------------

Částka 63 699 200,- není částkou konečnou z důvodu toho, že investor je plátcem DPH. DPH bude účtováno dodatečně s ohledem na daňovou situaci v roce výstavby. Pro rok 2014 by DPH činilo 21% z výše uvedené částky.

Finanční krytí investice

Jak je patrné z výpočtu hodnoty investice, bude potřeba pokrýt investici v celkové hodnotě 63 699 200,-Kč. Tato investice bude financována jak z cizích tak také z vlastních zdrojů a financování bude probíhat na části.

První část investice v hodnotě 20 000 000 bude financována z cizích zdrojů, konkrétně níže uvedeným bankovním úvěrem, o který si společnost zažádá. (Detailní rozpis plateb tohoto úvěru v příloze č. 2: Výpočet úvěru).

Zjistit předem výši úroku u podnikatelského úvěru je takřka nemožné vzhledem k tomu, že banky k podnikatelům přistupují velmi individuálně s přihlédnutím na historii podnikání nebo finanční schopnost. Z průzkumu sbírek listin veřejně dostupných na webovém portálu českého soudnictví bylo zjištěno, že výše úroku u podnikatelského úvěru při podobné výši úvěru se pohybuje v rozmezí mezi 1,5 - 7%. Z důvodu začínajícího podnikání a téměř žádné historie společnosti byla zvolena vyšší hranice 6%.

Tabulka č. 22: Úvěr

Výše úvěru	20 000 000,-Kč
Předpokládaný roční úrok	6%
Doba úvěru	10 let
Výše měsíční splátky	222 042,-Kč
Celkem zapláceno na úrocích	6 644 920,-Kč
Celkem zapláceno	26 664 920,-Kč

(Zdroj: zpracovatel)

Zbylých 43 699 200,-Kč bude financováno z běžného účtu vedeného společností. S několikamilionovým investičním výdajem se počítalo již před zahájením výstavby a tento výdaj s rezervou pokryla celková výše vkladů společníků, která byla složena při založení společnosti a to ve výši 43 800 000,-Kč, kdy všichni tři společníci složili vklad ve výši 14 600 000,-Kč.

4.5.2 Předpokládaný hospodářský výsledek za první rok provozu

Předpokládaný hospodářský výsledek za první rok provozu bude odvozován z předpokládaných (odhadnutých) výnosů a nákladů.

Odhad výnosů

V rámci prvního roku provozu se počítá s následujícími výnosy, které budou tvořeny tržbami za ubytování, wellness a restauraci.

Při odhadu tržeb za ubytování, kterých by mohl hotel v prvním roce provozu dosáhnout, vycházíme z následujícího.

kapacita hotelu	44 lůžek
cena za jedno lůžko	1100,-Kč
průměrná obsazenost hotelu v prvním roce provozu	50%
délka provozu v roce	360 dní
Odhad tržeb za ubytování v prvním roce je	8 712 000,-Kč

Co se tržeb restaurace (s minipivovarem) týče, jsou odhadnuty následujícím způsobem a na základě následujících údajů.

počet hostů za den	100 osob
délka provozu v roce	360 dní
cena menu pro osobu	200,-Kč
Odhad tržeb za restauraci v prvním roce je	7 200 000,-Kč

Tržby wellness

počet návštěv za den (veřejnost)	20 osob
délka provozu v roce	360 dní
cena vstupu za osobu	340,-Kč
Odhad tržeb za wellness v prvním roce je	2 448 000,-Kč

Celková výše tržeb za první rok provozu je tedy odhadnuta na 18 360 000,-Kč/rok.

Odhad nákladů

V prvním roce provozu očekáváme následující náklady.

Mzdové náklady

Plánovaný počet zaměstnanců hotelu je 22. Při výpočtu nákladů vycházíme z průměrné hrubé mzdy, která ke 2. 3. 2014 dle ČSÚ činí 24 836,-Kč a ke které přičítáme 25% náklady na sociální pojištění a 9% na pojištění zdravotní. Průměrná superhrubá mzda na jednoho zaměstnance je tedy zaokrouhleně 33 300,-Kč měsíčně.

→ Roční náklady na 22 zaměstnanců 8 791 200,-Kč/rok

Spotřeba energie

Tyto náklady zahrnují odhad spotřebované elektřiny, plynu a vody. Náklady byly odhadovány na základě porovnávání s jinými velikostně podobnými projekty s podobnou energetickou náročností a s přihlédnutím k aktuálním cenám energií.

→ Roční náklady na energie 860 000,-Kč/rok

Provozní náklady

V rámci provozu hotelu jsou za provozní náklady považovány především náklady na prádelnu, telefony, svoz odpadů. Do provozních nákladů je zahrnuto také pojištění na majetek hotelu.

→ Roční provozní náklady 670 000,-Kč/rok

Náklady na opravy a údržbu

Ke krytí výdajů na opravy a údržbu bylo vyčísleno 0,1% z částky hodnoty investice.

→ Náklady na opravy a údržbu 63 699,-Kč/rok

Spotřeba materiálu

V případě restaurace budou častý náklad představovat nákupy surovin na přípravu pokrmů a nápojů. Náklady byly odhadnuty na 35% z ročních tržeb restaurace.

→ Náklady na nákupy 2 520 000,-Kč/rok

Náklady na reprezentaci

Náklady na reprezentaci zahrnují náklady na propagaci např. na tiskové či mediální zprávy nebo oznámení na internetových serverech.

→ Náklady na reprezentaci 50 000,-Kč

Úroky z úvěru

Významný náklad představují úroky z úvěru, které se do výsledku hospodaření budou promítat po dobu deseti let splácení úvěru.

→ Úroky za prvních 12 měsíců 1 159 048,-Kč

Celková výše nákladů za první rok provozu je tedy odhadnuta na 14 113 947,-Kč/rok.

Předpokládaný hospodářský výsledek

Po vyčíslení očekávaných nákladů a výnosů by mohl předpokládaný zjednodušený výkaz zisku a ztrát pro první rok provozu vypadat přibližně takto. Do nákladů přirozeně budou vstupovat daně a to daň z příjmu právnické osoby a daň z nemovitosti. Tyto daně do výkazu zisku a ztráty a dále do rozvahy úmyslně nezapočítáváme z důvodu nejasné daňové situace v prvním roce provozu. Investor počítá se zahájením provozu nejdříve na jaře roku 2016.

Tabulka č. 23: Výkaz zisku a ztráty¹

710 - Výkaz zisku a ztráty k			
Náklady	v tis./Kč	Výnosy	v tis./Kč
501 - Spotřeba materiálu	2 520	-wellness	2 448
502 - Spotřeba energie	860	-restaurace	7 200
511 - Opravy a udržování	63,699	-hotel	8 712
513 - Náklady na reprezentaci	50	602 - Tržby z prodeje služeb	
521 - Mzdové náklady	6 556,704		
524 - Zákonné soc. a zdr. pojištění	2 234,496		

548 - Ostatní provozní náklady	670		
562 - Úroky	1 159,048		
Výsledek hospodaření - zisk	4 246,053		
Náklady celkem	18 360	Výnosy celkem	18 360

(Zdroj: zpracovatel)

Hotel tedy bude dosahovat předpokládaného ročního zisku ve výši 4 246 053,- Kč, což považujeme za roční příjem, oproti kterému stojí roční výdaj v podobě splátek bankovního úvěru, což za první rok představuje částku 1 505 456,-Kč.

Za první rok tedy předpokládáme roční zůstatek ve výši 2 740 597,-Kč, tedy 228 383,-Kč měsíčně.

4.5.3 Rozvaha

Vyjádření stavu aktiv a pasiv, očekávaných na konci a na začátku prvního účetního období, tedy na konci a na začátku prvního roku provozu, zachycují následující rozvahy ve zjednodušeném rozsahu. V průběhu prvního roku provozu dojde, jak vyplývá z porovnání obou níže uvedených rozvah, ke změnám a to konkrétně ve výsledku hospodaření, který na začátku účetního období oproti konci účetního období není žádný a také u položky bankovního úvěru, kdy se částka na konci roku sníží o hodnotu dvanácti uhrazených splátek tohoto úvěru, které společnost v průběhu roku zaplatí.

Tabulka č. 24: Rozvaha1

Rozvaha k 1.1 (v tisících Kč)			
Aktiva	v tis./Kč	Pasiva	v tis./Kč
Stavby	55 070	Základní kapitál	43 800
Pozemky	8 629,2	Výsledek hospodaření	0
Stálá aktiva celkem	63 699,2	Vlastní kapitál celkem	43 800
Pokladna	10	Bankovní úvěry	20 000
Bankovní účet	90,8		
Oběžná aktiva celkem	100,8	Cizí zdroje celkem	20 000
Aktiva celkem	63 800	Pasiva celkem	63 800

(Zdroj: zpracovatel)

Tabulka č. 25: Rozvaha2

Rozvaha k 31.12 (v tisících Kč)			
Aktiva	v tis./Kč	Pasiva	v tis./Kč
Stavby	55 070	Základní kapitál	40 929,678
Pozemky	8 629,2	Výsledek hospodaření	4 246,053
Stálá aktiva celkem	63 699,2	Vlastní kapitál celkem	45 175,731

Pokladna	10	Bankovní úvěry	18 623,469
Bankovní účet	90		
Oběžná aktiva celkem	100	Cizí zdroje celkem	18 623,469
Aktiva celkem	63 799,2	Pasiva celkem	63 799,2

(Zdroj: zpracovatel)

4.5.4 Výhled do budoucna

Výhled do dalších let podnikání bude nejvíce ovlivňovat několikrát zmíněný úvěr, jehož splátky budou po deset let výdajem a jehož úroky se nám budou po stejnou dobu promítat do výsledku hospodaření.

První rok podnikání je pro každou společnost stěžejní a patří mezi ty nejtěžší. Společnost však optimisticky již v druhém roce podnikání počítá např. s navýšením zisku v důsledku zvýšení tržeb hotelu, který se za rok provozu dostane do většího podvědomí a získá dobré reference od těch, co již hotel v prvním roce navštívili. Výpočet hospodářského výsledku pro první rok provozu je počítán spíše s pesimističtějšími odhady a nižšími zisky, avšak i tak je schopen své náklady pokrýt. Je třeba brát také zřetel na skutečnost, že zejména tržby restaurace s minipivovarem podléhají jakési sezónnosti a to díky skutečnosti, že v letních měsících se kapacita restaurace výrazně navýší, kapacitně až o 30 míst.

Ve druhém roce provozu počítá hotel s následujícími fakty, která by vedla ke zvýšení zisku. V tabulce je zaznamenán předpoklad, se kterým hotel počítá a jak se tento předpoklad promítne v číslech do hospodářského výsledku 2. roku v porovnání s hospodářským výsledkem 1. roku. Položky z výkazu zisku a ztráty neuvedené v tabulce níže, jsou považovány za fixní nebo jejich změna je zanedbatelná.

Tabulka č. 26: Předpoklad změn

Předpoklad	1. rok	2. rok
Zvýšení tržeb o 10%	18 360 000	20 196 000
Snižování úroků z úvěru	1 159 048	1 066 195
Snížení nákladů na reprezentaci o 50%	50 000	25 000
Zvýšení spotřeby materiálu (restaurace)	2 520 000	2 772 000

(Zdroj: zpracovatel)

V případě uskutečnění těchto předpokladů, by došlo ke zvýšení hospodářského výsledku o 1 701 853,-Kč z původních 4 246 053,-Kč na 5 947 906,-Kč, což by představovalo roční příjem, proti kterému by stál roční výdaj v podobě splátek úvěru, ve druhém roce podnikání ve výši 1 598 309,-Kč.

Roční zůstatek za druhý rok provozu by byl ve výši 4 349 597,-Kč, tedy 362 467,-Kč měsíčně.

Tabulka č. 27: Výkaz zisku a ztráty²

710 - Výkaz zisku a ztráty k			
Náklady	v tis./Kč	Výnosy	v tis./Kč
501 - Spotřeba materiálu	2 772	-wellness	2 692,8
502 - Spotřeba energie	860	-restaurace	7 920
511 - Opravy a udržování	63,699	-hotel	9 583,2
513 - Náklady na reprezentaci	25	602 - Tržby z prodeje služeb	20 196
521 - Mzdové náklady	6 556,704		
524 - Zákonné soc. a zdr. pojištění	2 234,496		
548 - Ostatní provozní náklady	670		
562 - Úroky	1 066,195		
Výsledek hospodaření - zisk	5 947,906		
Náklady celkem	20 196	Výnosy celkem	20 196

(Zdroj: zpracovatel)

Závěr

Na úplném začátku byl cíl vypracovat návrh podnikatelského záměru pro hotel**** s minipivovarem ve Zlíně. Tento návrh podnikatelského záměru by měl být ve zvoleném prostředí reálný a životaschopný a o tomto přesvědčit investora. Reálností provedení rozumíme zejména to, že na zbudování hotelu budou zajištěny finanční prostředky, že o služby hotelu s minipivovarem bude z hlediska poptávky zájem, že bude schopný obstát konkurenci a že v konečné fázi bude schopný fungovat, to je vytvářet zisk v takové míře, aby byla investice v co nejkratší době návratná a perspektivní.

Splnění výše uvedených požadavků se tato práce snažila dosáhnout především na základě analýz a finančního plánu. Analýza poptávky po hromadných ubytovacích zařízeních byla prvním z ukazatelů, který potvrdil skutečnost, že poptávka po hromadných ubytovacích zařízeních nejen v České republice, Zlínském kraji nebo okrese, ale hlavně ve městě Zlín, kde je naplánovaná výstavba, znatelně, a to v období čtyř let, stoupá. Druhým stěžejním ukazatelem bylo prokázání poptávky po pivu, kdy Česká republika drží v jeho spotřebě prvenství. Třetí významný ukazatel jsou výsledky analýzy konkurence, která prokázala, že na trhu je pro hotel stále místo což dokumentuje jeho třetinový podíl na relevantním trhu.

Z výsledku všech analýz jsem dospěla k závěru, že samotný hotel**** by v turisticky zajímavém a hojně navštěvovaném městě Zlín našel své místo na trhu, dokázal uspokojit poptávku jak rezidentů, tak nerezidentů a ve spojení s minipivovarem by nabídl službu, kterou žádný jiný hotel s certifikací v této kategorii dosud nenabízí. Z finančního hlediska bychom dokázali investici do výstavby hotelu pokrýt a i při několikamilionovém závazku vůči bance ve formě úvěru by hotel dokázal tyto závazky hradit, pokrýt své náklady, dosahovat každoročně zisku a tím přispívat, za několik let, ke splnění návratnosti investice.

Seznam použité literatury

- BALAŠTÍK, J. *Ekonomika* (cvičení). Uherské Hradiště: OAUH, 5. 1. 2010.
- Česká národní banka [online]. 2014 [cit. 2014-02-17]. Dostupné z: <http://www.cnb.cz/cs/index.html>
- Český statistický úřad [online]. 2014 [cit. 2014-01-02]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/home>
- Český Svaz Pivovarů a Sladoven [online]. 2014 [cit. 2014-01-02]. Dostupné z: <http://www.ceske-pivo.cz/>
- Českomoravský svaz minipivovarů [online]. 2012 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.minipivo.cz/>
- FOTR, J. a I. SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- HANZELKOVÁ, A., M. KERŤKOVSKÝ a L. KOSTROŇ. *Personální strategie - krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2013. 159 s. ISBN 978-80-7179-564-3.
- HOLMAN, R. *Ekonomie*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2011. 696 s. ISBN 978-80-7400-006-5.
- HotelStars: oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky [online]. 2006 [cit. 2014-01-11]. Dostupné z: <http://www.hotelstars.cz/>
- Justice.cz: Oficiální server českého soudnictví [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://portal.justice.cz/Justice2/Uvod/uvod.aspx>
- KŘÍŽEK, F. a J. NEUFUS. *Moderní hotelový management*. Praha: Grada, 2011. 195 s. ISBN 978-80-247-3868-0.
- Mapy.cz [online]. 2014 [cit. 2014-05-16]. Dostupné z: <http://mapy.cz/>
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. 2014 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Uvodni-strana>
- PETERKOVÁ, I. a P. OTIPKOVÁ. *Ekonomický seminář aneb učíme se projektovat*. Seminář. Český Těšín: OA Český Těšín, 13. 3. 2007.
- Reality Zlín [online]. 2011 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://www.reality-zlin.info/>
- SABMiller [online]. 2014 [cit. 2014-05-16]. Dostupné z: <http://www.sabmiller.com/>

- SRPOVÁ, J. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.
- SYNEK, M. a E. KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. 445 s. ISBN 978-80-7400-336-3.
- VEBER, J. *Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2009. 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0.
- VEBER, J., J. SRPOVÁ a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008. 311 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- VEBER, J., J. SRPOVÁ a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
- VOCHOZKA, M. a P. MULAČ. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada, 2012. 570 s. ISBN 978-80-247-4372-1.
- Výplata.cz: *Informace ze světa financí a peněz online* [online]. 1998 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://www.vyplata.cz/>
- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
- Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích
- Zlínský kraj: *Oficiální internetový portál Zlínského kraje* [online]. 2001 [cit. 2014-01-02]. Dostupné z: <http://www.kr-zlinsky.cz/>

Seznam obrázků

Obrázek 1: poloha Zlína	40
Obrázek 2: poloha pozemku	41
Obrázek 3: schematické zobrazení rizik.....	47
Obrázek 4: liniově štábní organizační struktura	54
Obrázek 5: hotel*	70
Obrázek 6: hotel**	71
Obrázek 7: hotel***	72
Obrázek 8: hotel****	73
Obrázek 9: hotel*****	74

Seznam tabulek

- Tabulka č. 1: Počet hostů v HUZ ve Zlínském kraji
- Tabulka č. 2: Počet přenocování v HUZ ve Zlínském kraji
- Tabulka č. 3: Počet hostů a přenocování v HUZ v letech 2011-2012
- Tabulka č. 4: Počet hostů a přenocování v HUZ v okrese Zlín
- Tabulka č. 5: Počet hostů a přenocování v HUZ v okrese Zlín v procentuálním vyjádření
- Tabulka č. 6: Počet hostů a přenocování v HUZ ve městě Zlín
- Tabulka č. 7: Počet hostů a přenocování v HUZ ve městě Zlín v procentuálním vyjádření
- Tabulka č. 8: Počet HUZ ve srovnání s počtem obyvatel
- Tabulka č. 9: Počet hostů a přenocování v HUZ v letech 2012-2013
- Tabulka č. 10: Spotřeba piva ve světě
- Tabulka č. 11: Spotřeba piva v litrech na osobu v jednotlivých letech
- Tabulka č. 12: HUZ ve městě Zlín s certifikací v kategorii hotel****
- Tabulka č. 13: HUZ v okrese Zlín s certifikací v kategorii hotel****
- Tabulka č. 14: HUZ ve Zlínském kraji s certifikací v kategorii hotel****
- Tabulka č. 15: Průměrná délka pobytu ve dnech HUZ
- Tabulka č. 16: Vývoj HDP za poslední tři čtvrtletí roku 2013
- Tabulka č. 17: Vývoj inflace jednotlivých měsíců v letech 2013-2014, v %
- Tabulka č. 18: Přehled ukazatelů zaměstnanosti, nezaměstnanosti a ekonomické aktivity
- Tabulka č. 19: Kurzy vyhlášené ČNB k 17. 2. 2014
- Tabulka č. 20: Přehled rizik
- Tabulka č. 21: Zahajovací rozvaha
- Tabulka č. 22: Úvěr
- Tabulka č. 23: Výkaz zisku a ztráty¹
- Tabulka č. 24: Rozvaha¹
- Tabulka č. 25: Rozvaha²
- Tabulka č. 26: Předpoklad změn
- Tabulka č. 27: Výkaz zisku a ztráty²

Seznam zkratek

AHR-ČR - Asociace hotelů a restaurací České republiky

ČNB - Česká národní banka

ČSU - Český statistický úřad

DPH - daň z přidané hodnoty

HDP - hrubý domácí produkt

HUZ - hromadné ubytovací zařízení

Seznam příloh

Příloha č. 1: Srovnání služeb jednotlivých tříd klasifikace hotel

Příloha č. 2: Výpočet úvěru

Příloha č. 1: Srovnání služeb jednotlivých tříd klasifikace hotel



Obrázek 5: hotel*
(Zdroj: Hotelstars, 2006)

- Každodenní úklid pokoje
- 100 % pokojů má barevnou TV včetně dálkového ovladače /nebo nabízí možnost TV zapůjčit /
- Stůl a židle
- Mýdlo nebo tekuté tělové mýdlo, 1 ručník na osobu
- Služby recepce k dispozici
- Možnost přijetí a odesílání faxů
- Veřejně přístupný telefon pro hosty
- Snídaňová nabídka
- Nabídka nápojů v hotelu
- Možnost uložení cenností (Hotelstars, 2006).



Obrázek 6: hotel**

(Zdroj: Hotelstars, 2006)

- Každodenní úklid pokoje, každodenní výměna ručníků na požádání
- 100 % pokojů má barevnou TV včetně dálkového ovladače /nebo nabízí možnost TV zapůjčit /
- Světlo na čtení vedle lůžka
- Přísada do koupele nebo sprchový gel / mýdlo
- 1 ručník, 1 osuška na osobu, poličky na prádlo
- Nabídka hygienických předmětů (např. zubní kartáček, zubní pasta, holicí souprava)
- Kreditní karty
- Snídaně formou bufetu nebo odpovídající snídaňový lístek
- Možnost uložení cenností (Hotelstars, 2006).



Obrázek 7: hotel***
(Zdroj: Hotelstars, 2006)

- 100 % pokojů má barevnou TV včetně dálkového ovladače, rozhlas
- Telefon v pokoji, noční stolek, světlo ke čtení
- Přístup na Internet v pokoji nebo ve veřejných prostorách
- Topení v koupelně, vysoušeč vlasů, kosmetické ubrousky
- Zrcadlo na výšku postavy, místo pro uložení zavazadla/kufru
- Šitíčko, pomůcky na čištění obuvi, služba prádelny a žehlení
- Polštář a přikrývka navíc na požádání
- Recepce otevřena 14 hodin, telefonicky dostupná 24 hodin denně, personál hovořící dvěma jazyky (čeština/jeden světový jazyk)
- Místa k sezení v prostoru recepce, pomoc se zavazadly
- Centrální trezor nebo trezor na pokoji
- Přehledný systém vyřizování stížností
- Restaurace otevřená alespoň 5 dnů v týdnu (Hotelstars, 2006).



Obrázek 8: hotel****
(Zdroj: Hotelstars, 2006)

- Čalouněné křeslo/pohovka se stolem
- Kosmetické produkty (např. sprchovací čepice, pilníček na nehty, bavlněné tampony), kosmetické zrcátko, velká odkládací plocha v koupelně
- Osušky, pantofle na požádání, krejčovská služba – drobné opravy
- Přístup na Internet a internetový terminál, možnost IT podpory
- Recepce otevřená 18 hodin, dostupná telefonicky 24 hodin
- Hotelová hala s místy k sezení a nápojovým servisem, hotelový bar
- Snídaňový bufet nebo snídaňový jídelní lístek prostřednictvím Room Service
- Minibar nebo nápoje 24 hodin denně prostřednictvím Room Service
- Restaurace s „À la carte“ nabídkou otevřená alespoň 6 dnů v týdnu
- Zjišťování a vyhodnocování připomínek hostů (Hotelstars, 2006).



Obrázek 9: hotel*****

(Zdroj: Hotelstars, 2006)

- Produkty osobní péče v lahvičkách, župan na pokoji
- Internet - PC v pokoji, trezor v pokoji
- Služba žehlení (navrácení do 1 hodiny), služba čištění obuvi,
- Concierge, bagážista, dveřník
- Recepce otevřená 24 hodin, vícejazyčný personál (čeština /alespoň dva světové jazyky)
- Prostorná hala recepce s místy k sezení a nápojovým servisem, hotelový bar
- Osobní uvítání každého hosta
- Minibar a nabídka pokrmů a nápojů prostřednictvím Room Service 24 hodin denně
- Restaurace s „À la carte“ nabídkou otevřená alespoň 7 dnů v týdnu
- Kontroly Mystery Guest (Hotelstars, 2006).

Příloha č. 2: Výpočet úvěru

Rok	Splátka v roce v pořadí č.	Počáteční stav	Úrok	Úmor	Konečný stav
1	1	20000000	100000	122042	19877958
1	2	19877958	99390	122652	19755306
1	3	19755306	98777	123265	19632041
1	4	19632041	98160	123882	19508159
1	5	19508159	97541	124501	19383658
1	6	19383658	96918	125124	19258534
1	7	19258534	96293	125749	19132785
1	8	19132785	95664	126378	19006407
1	9	19006407	95032	127010	18879397
1	10	18879397	94397	127645	18751752
1	11	18751752	93759	128283	18623469
1	12	18623469	93117	128925	18494544
2	1	18494544	92473	129569	18364975
2	2	18364975	91825	130217	18234758
2	3	18234758	91174	130868	18103890
2	4	18103890	90519	131523	17972367
2	5	17972367	89862	132180	17840187
2	6	17840187	89201	132841	17707346
2	7	17707346	88537	133505	17573841
2	8	17573841	87869	134173	17439668
2	9	17439668	87198	134844	17304824
2	10	17304824	86524	135518	17169306
2	11	17169306	85847	136195	17033111
2	12	17033111	85166	136876	16896235
3	1	16896235	84481	137561	16758674
3	2	16758674	83793	138249	16620425
3	3	16620425	83102	138940	16481485

3	4	16481485	82407	139635	16341850
3	5	16341850	81709	140333	16201517
3	6	16201517	81008	141034	16060483
3	7	16060483	80302	141740	15918743
3	8	15918743	79594	142448	15776295
3	9	15776295	78881	143161	15633134
3	10	15633134	78166	143876	15489258
3	11	15489258	77446	144596	15344662
3	12	15344662	76723	145319	15199343
4	1	15199343	75997	146045	15053298
4	2	15053298	75266	146776	14906522
4	3	14906522	74533	147509	14759013
4	4	14759013	73795	148247	14610766
4	5	14610766	73054	148988	14461778
4	6	14461778	72309	149733	14312045
4	7	14312045	71560	150482	14161563
4	8	14161563	70808	151234	14010329
4	9	14010329	70052	151990	13858339
4	10	13858339	69292	152750	13705589
4	11	13705589	68528	153514	13552075
4	12	13552075	67760	154282	13397793
5	1	13397793	66989	155053	13242740
5	2	13242740	66214	155828	13086912
5	3	13086912	65435	156607	12930305
5	4	12930305	64652	157390	12772915
5	5	12772915	63865	158177	12614738
5	6	12614738	63074	158968	12455770
5	7	12455770	62279	159763	12296007
5	8	12296007	61480	160562	12135445
5	9	12135445	60677	161365	11974080

5	10	11974080	59870	162172	11811908
5	11	11811908	59060	162982	11648926
5	12	11648926	58245	163797	11485129
6	1	11485129	57426	164616	11320513
6	2	11320513	56603	165439	11155074
6	3	11155074	55775	166267	10988807
6	4	10988807	54944	167098	10821709
6	5	10821709	54109	167933	10653776
6	6	10653776	53269	168773	10485003
6	7	10485003	52425	169617	10315386
6	8	10315386	51577	170465	10144921
6	9	10144921	50725	171317	9973604
6	10	9973604	49868	172174	9801430
6	11	9801430	49007	173035	9628395
6	12	9628395	48142	173900	9454495
7	1	9454495	47272	174770	9279725
7	2	9279725	46399	175643	9104082
7	3	9104082	45520	176522	8927560
7	4	8927560	44638	177404	8750156
7	5	8750156	43751	178291	8571865
7	6	8571865	42859	179183	8392682
7	7	8392682	41963	180079	8212603
7	8	8212603	41063	180979	8031624
7	9	8031624	40158	181884	7849740
7	10	7849740	39249	182793	7666947
7	11	7666947	38335	183707	7483240
7	12	7483240	37416	184626	7298614
8	1	7298614	36493	185549	7113065
8	2	7113065	35565	186477	6926588
8	3	6926588	34633	187409	6739179

8	4	6739179	33696	188346	6550833
8	5	6550833	32754	189288	6361545
8	6	6361545	31808	190234	6171311
8	7	6171311	30857	191185	5980126
8	8	5980126	29901	192141	5787985
8	9	5787985	28940	193102	5594883
8	10	5594883	27974	194068	5400815
8	11	5400815	27004	195038	5205777
8	12	5205777	26029	196013	5009764
9	1	5009764	25049	196993	4812771
9	2	4812771	24064	197978	4614793
9	3	4614793	23074	198968	4415825
9	4	4415825	22079	199963	4215862
9	5	4215862	21079	200963	4014899
9	6	4014899	20074	201968	3812931
9	7	3812931	19065	202977	3609954
9	8	3609954	18050	203992	3405962
9	9	3405962	17030	205012	3200950
9	10	3200950	16005	206037	2994913
9	11	2994913	14975	207067	2787846
9	12	2787846	13939	208103	2579743
10	1	2579743	12899	209143	2370600
10	2	2370600	11853	210189	2160411
10	3	2160411	10802	211240	1949171
10	4	1949171	9746	212296	1736875
10	5	1736875	8684	213358	1523517
10	6	1523517	7618	214424	1309093
10	7	1309093	6545	215497	1093596
10	8	1093596	5468	216574	877022
10	9	877022	4385	217657	659365

10	10	659365	3297	218745	440620
10	11	440620	2203	219839	220781
10	12	220781	1104	220781	0

(Zdroj: vyplata.cz)