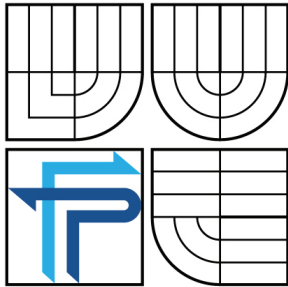


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV MANAGEMENTU

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF MANAGEMENT

## PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

BUSINESS PLAN

DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Bc. ZUZANA PRÁTOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. TOMÁŠ HERALECKÝ, Ph.D.

BRNO 2009

# ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Prátová Zuzana, Bc.**

---

Řízení a ekonomika podniku (6208T097)

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 diplomovou práci s názvem:

**Podnikatelský záměr**

v anglickém jazyce:

**Business Plan**

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 SOUČEK I. Podnikatelský záměr pro investiční rozhodování. 1. vyd. 2005. 356 s. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 80-247-0939-2

CHALUPSKÝ V. Úvod do marketingu. 3. vyd. 2004. 78 s. Brno: Novotný Z. ISBN: 80-86510-99-9

KOTLER P. Marketing management. 9. vyd. 198. 712 s. Praha: Grada. ISBN: 80-7169-600-5

MALACH A. a kol., Jak podnikat po vstupu do EU. 1. vyd. 2005. Praha: Grada Publishing a. s. 528 s. ISBN: 80-247-0906-6

WUPPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-075-9

Vedoucí diplomové práce: Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2008/2009.

L.S.

---

PhDr. Martina Rašticová, Ph.D.  
Ředitel ústavu

---

doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA  
Děkan fakulty

V Brně, dne 20.05.2009

## **Abstrakt**

Cílem mé diplomové práce je sestavit podnikatelský záměr pro poskytování ubytovacích služeb bez stravování nacházející se v malé vinařské obci. Zvážit a vybrat nejvhodnější formu jeho financování.

Projekt začíná vizí vlastníků, pokračuje marketingovými analýzami, předběžným finančním propočtem a končí vybráním vhodného investora.

### **Klíčová slova v češtině**

Podnikatelský záměr, investice, podnikatel, trh, víno, podpora, marketing, ubytovací služby, cestovní ruch.

## **Abstrakt**

The aim of my dissertation is forming of bussiness plan for providing of accommodation services without boarding, situated in a small vinicultural village, considering and choosing of the most suitable form of its financing.

The project begins with a vision of owners, it continues with marketing analyses and a market research, a preliminary financial calculation and it finishes with choosing of the suitable investor.

### **Klíčová slova v angličtině**

Businnes plan, investment, businessman, market, wine, subvention, marketing, accommodation, services, tourist trade.

## **Bibliografická citace**

PRÁTOVÁ, Z. Podnikatelský záměr. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2009. 126 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

### **Čestné prohlášení**

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

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

V Brně, dne 22.5.2009

.....

Podpis

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala svému vedoucímu diplomové práce Ing. Tomáši Heraleckému za cenné rady a připomínky, jež mi poskytoval při zpracovávání mé diplomové práce.

Dále bych chtěla poděkovat Zuzaně a Eduardu Prátovým za poskytnutí potřebných informací. Poděkování patří také všem, kteří přispěli svými připomínkami a dotazy k vytvoření tohoto díla.

# Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>1 VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1 Předmět podnikání a vlastní podnikatelský záměr firmy</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2 Ekonomické cílové veličiny a potřeba kapitálu</b> .....	<b>12</b>
<b>1.3 Cíle práce</b> .....	<b>12</b>
<b>2 PROFIL PODNIKU</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1 Předmět podnikání</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2 Právní forma</b> .....	<b>13</b>
<b>3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE</b> .....	<b>15</b>
<b>3.1 Podnikatelské prostředí</b> .....	<b>15</b>
<b>3.2 Ekonomická krize</b> .....	<b>15</b>
<b>3.3 Obec Josefov</b> .....	<b>17</b>
<b>3.4 Venkovská turistika</b> .....	<b>18</b>
3.4.1 Certifikace ubytovacích zařízení .....	18
3.4.2 Typy ubytovacích zařízení ve venkovské turistice .....	18
<b>3.5 Vinařství a cestovní ruch</b> .....	<b>19</b>
<b>3.6 Ubytovací zařízení</b> .....	<b>21</b>
3.6.1 Stavby ubytovacích zařízení .....	22
<b>3.7 Marketingový průzkum</b> .....	<b>23</b>
<b>3.8 Možnosti financování</b> .....	<b>24</b>
3.8.1 Dotace .....	24
3.8.2 Úvěr .....	27
<b>3.9 Podnikatelský plán</b> .....	<b>29</b>
<b>3.10 Proces přípravy a realizace projektu</b> .....	<b>30</b>
3.10.1 Předinvestiční fáze .....	31
3.10.2 Investiční fáze .....	31
3.10.3 Provozní fáze .....	31
<b>4 ANALÝZA PROBLÉMU A SOUČASNÉ SITUACE</b> .....	<b>32</b>
<b>4.1 Majetkoprávní vztahy</b> .....	<b>32</b>

<b>4.2 Poskytované služby .....</b>	<b>32</b>
<b>4.3 Místo stavby.....</b>	<b>33</b>
<b>4.4 Trh a marketing .....</b>	<b>34</b>
4.4.1 Marketingový výzkum dotazováním .....	34
<b>4.5 Logo.....</b>	<b>42</b>
<b>4.6 Vnější okolí firmy.....</b>	<b>43</b>
4.6.1 SLEPT analýza .....	43
4.6.2 Porterova analýza.....	45
<b>4.7 Vnitřní prostředí firmy .....</b>	<b>48</b>
4.7.1 Analýza 3C .....	48
4.7.2 Marketingový mix.....	49
4.7.3 Swot analýza .....	51
4.7.4 Koncept 7S.....	54
<b>4.8 Odpovědnosti a povinnosti.....</b>	<b>55</b>
<b>5 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ, PŘÍNOS NÁVRHŮ ŘEŠENÍ.....</b>	<b>57</b>
<b>5.1 Finanční plán.....</b>	<b>57</b>
5.1.1 Nabídky hypotečních úvěrů .....	58
5.1.2 Odhad příjmů .....	61
5.1.3 Odhad výdajů .....	63
5.1.4 Předpokládaný roční zisk.....	68
5.1.5 Pesimistická varianta .....	74
5.1.6 Optimistická varianta.....	75
5.1.7 Vybrané ukazatele.....	76
<b>5.2 Zhodnocení a doporučení varianty financování .....</b>	<b>78</b>
<b>5.3 Zhodnocení rizik .....</b>	<b>81</b>
5.3.1 Stanovení závažnosti hrozeb a míry zranitelnosti.....	82
<b>5.4 Volba právní formy .....</b>	<b>84</b>
<b>5.5 Produktová strategie.....</b>	<b>84</b>
<b>5.6 Přístup ke stanovení cen.....</b>	<b>85</b>
<b>5.7 Zaměření na cílové zákazníky .....</b>	<b>85</b>
<b>5.8 Vedení účetnictví.....</b>	<b>86</b>
<b>5.9 Přínosy navrženého podnikatelského záměru.....</b>	<b>87</b>

<b>6 ZÁVĚR .....</b>	<b>88</b>
<b>7 SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK .....</b>	<b>89</b>
<b>7.1 Seznam obrázků.....</b>	<b>89</b>
<b>7.2 Seznam grafů.....</b>	<b>89</b>
<b>7.3 Seznam tabulek .....</b>	<b>89</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>91</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ .....</b>	<b>95</b>

## ÚVOD

Je tomu již 20 let co se hranice České republiky otevřely. Na významu začalo nabývat nejen tržní hospodářství, ale také cestovní ruch, který rok od roku roste.

Dalším důležitým milníkem byl i vstup České republiky do Evropské unie v květnu roku 2004. S její pomocí dochází k výrazné podpoře cestovního ruchu členských států prostřednictvím četných dotačních fondů. Podporuje rozvoj podnikání, rozvoj krajů, obcí, zachování památek a přírodního bohatství, což dává společného jmenovatele a tím je právě již zmíněný turistický ruch.

Podle průzkumu Asociace českých cestovních kanceláří v čele s viceprezidentem Tomio Okamurou, Jihomoravský kraj v roce 2008 navštívilo nejvíce tuzemských turistů, vyjádřeno v číslech to bylo 736 000 lidí. Je to mj. dáno investováním větších finančních prostředků do infrastruktury, propagace cestovního ruchu v regionu a propagace tuzemského vína. To také přispělo k rozvoji vinařské turistiky tohoto kraje. V Jihomoravském regionu jsou 4 lokality zapsány v Seznamech světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Budují se vinařské cyklostezky, organizují vinařské turistické programy, k plusům patří v neposlední řadě i rozvoj lázeňství v Jihomoravském kraji a snadná dostupnost po dálnici ze Slovenska a budující se dálnice z Rakouska.

Rozvoj turistického ruchu si žádá pochopitelně vyšší nároky na ubytovací služby. Já se budu ve své práci zabývat podnikatelským záměrem pro výstavbu ubytovacích služeb nacházejících se v Jihomoravském regionu, slovácké oblasti, v malé obci Josefov u Hodonína. Důvody proč zřizovat v této lokalitě zařízení poskytující ubytování vyplývají jednak z výše uvedených skutečností, ale především hrál roli také fakt, že budoucí majitelka tohoto zařízení v obci Josefov již vlastní vinařskou firmu a může tak mj. svým klientům nabídnout po ochutnávce možnost noclehu. A spokojený zákazník se rád vrací a dá doporučení dalším svým známým. Se záměrem v budoucnu uskutečnit svou vizi a postavit penzion či podobné zařízení podnikatelka již vstupovala do své vinařské podnikatelské činnosti a odkládala si v průběhu podnikání finanční prostředky. V současné době, v době ekonomické krize, nebude nejspíš lehké pro majitelku začít podnikat v novém oboru, získat snadno potřebný kapitál od vhodného investora a jiné s tím spojené záležitosti. Především se vše odvíjí od dobře zpracovaného podnikatelského plánu.

# 1 VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE

## 1.1 Předmět podnikání a vlastní podnikatelský záměr firmy

Podnikatelka Zuzana Prátová, která od roku 2003 podniká v sektoru zemědělství, oboru vinohradnictví a vinařství, výrobě nápojů, zprostředkování obchodu a služeb, specializovanému maloobchodu a maloobchodu se smíšeným zbožím, by ráda rozšířila svou podnikatelskou aktivitu o ubytovací služby, o které je narůstající zájem.

Jednalo by se o ubytovací zařízení v malé vinařské obci Josefov u Hodonína, kde tato podnikatelka také bydlí se svou rodinou a zde také podniká ve výše zmíněném vinařství a vinohradnictví. Vlastní pozemek vhodný pro vybudování tohoto ubytovacího zařízení, jež se nachází na okraji vesnice v blízkosti malebné přírody a vinných sklepů. Tato stavební parcela je zajištěna z hlediska snadné dostupnosti po pozemní komunikaci, přívodu plynu, elektřiny, vody, zajištěný systém odpadních vod a napojení na telekomunikaci. Dříve na tomto místě stával hospodářský statek.

Jméno majitelky je tedy veřejnosti známé zatím ve spojení s vínem, které prodává s logem firmy „Prath“, proto je vhodné toto logo použít také pro ubytovací služby jako symbol dobrého jména.. Vinařská firma propaguje svou činnost v neposlední řadě také prostřednictvím webových stránek, které poté hodlá rozšířit o nabídku ubytovacích služeb či různé akce spojené s ochutnávkou vín a následným noclehem.

Maximální ubytovací kapacita bude do 10-ti osob. Ubytování bude poskytováno prostřednictvím 5-ti dvoulůžkových pokojů s koupelnou a záchodem, přičemž jeden bude uzpůsoben pro osoby zdravotně tělesně postižené. Za příplatek bude možné si doobjednat snídaní, ubytovat domácí zvíře či si zapůjčit sportovní vybavení. K dispozici zákazníkům bude společenská místnost s malou vybavenou kuchyňskou linkou. Příležitostně (přibližně jednou týdně) se zde budou konat degustace vín.

## **1.2 Ekonomické cílové veličiny a potřeba kapitálu**

Pro výstavbu malokapacitního ubytovacího zařízení potřebuje počáteční finanční prostředky v předpokládané výši 7 703 043 Kč. Součástí této práce je předpokládaný propočet finančních prostředků na ubytovací zařízení.

Následně pak doporučení nejvhodnějšího úvěru a zjistit možnost dotační podpory.

Majitelka disponuje vlastním kapitálem, který hodlá do tohoto podnikání vložit, ve výši 2 311 000 Kč. Jako ručení může použít provozovnu oceněnou na částku 2 mil. Kč nebo pozemek osázen vinicemi v předpokládané hodnotě cca 2 mil. Kč. V krajním případě by mohla dát do zástavy i rodinný dům v hodnotě cca 3 mil. Kč.

Žadatelka bude tedy žádat úvěr ve výši 5 392 000 Kč.

## **1.3 Cíle práce**

Cílem této práce je v důsledku masivního rozvoje cestovního ruchu v okolí sestavit podnikatelský záměr pro již fungující podnikatelský subjekt, pro jeho jiné než stávající podnikatelské aktivity. Jedná se o poskytování ubytovacích služeb s možností snídaně. Stavba se má nacházet v malé vinařské obci Josefov u Hodonína.

Dále pak zvážit a vybrat nejvhodnější formu jeho financování.

Projekt začíná vizí vlastníků, pokračuje marketingovými analýzami, průzkumem trhu, předběžným finančním propočtem a končí vybráním vhodného investora.

## 2 PROFIL PODNIKU

<b>Název:</b>	„Ubytování Prath“
<b>Adresa:</b>	Dolní č. 1/2 696 21 Josefov
<b>Právní forma:</b>	živnost volná
<b>Jméno a adresa podnikatele:</b>	Zuzana Prátová Horní 31 696 21 Josefov

### 2.1 Předmět podnikání

Poskytování ubytovacích služeb a podnikání v tomto oboru je již podnikatelčíným dlouhodobým snem a jelikož se naskytla příležitost vybudovat ubytovací zařízení v obci Josefov na Hodonínsku, kde podnikatelka bydlí, splnění tohoto snu se tak stalo reálnějším.

Na stavbu zařízení poskytujícího ubytovací služby podnikatelka vlastní odpovídající stavební pozemek, který je zaevidován na katastrálním úřadu v Hodoníně. Na tomto místě hodlá postavit novou stavbu za účelem ubytovací jednotky s možností dokoupení snídaně k noclehu.

### 2.2 Právní forma

Podnikání je soustavná činnost provozovaná samostatně podnikatelem, vlastním jménem a na vlastní účet (na vlastní zodpovědnost), za účelem dosažení zisku. Živnost se řídí Zákonem o živnostenském podnikání a tato fyzická osoba je též zapsána do Obchodního rejstříku.

Žadatelka vlastní již živnostenské oprávněné v oblasti výroby nápojů, zprostředkování obchodu a služeb, specializovaný maloobchod a maloobchod se smíšeným zbožím,

velkoobchod. Tato oprávnění hodlá rozšířit o oprávnění provozovat ubytovací služby bez stravování, pouze se snídaní. Podnikatelka vlastní nutný potravinářský průkaz.

„Dříve (do 1.7.2008) existovalo 125 živností volných, nově je jen jedna volná živnost. V jejím rámci může podnikatel provozovat všechny obory činností, které tato živnost obsahuje. Stačí tedy pouze jedno oprávnění a pouze se oznámí obory činností, které bude živnostník v rámci volné živnosti vykonávat. Živnostenský list je nahrazen výpisem z živnostenského rejstříku.“ (42)

U volných živností není stanovena podmínka odborné či jiné způsobilosti. Poplatek se platí pouze jediný. Pro tyto ubytovací služby jí bude stačit oprávnění na „ubytovací služby“.

„Podle této živnosti je možné poskytovat i snídaně (kapacita je omezena na 10 lůžek). Jedná se o živnost volnou, číslo oboru 83, nařízení vlády č. 140/2000 Sb. Podstatným znakem živnosti tedy je, že se jedná o ubytovací zařízení takové kategorie, která nezahrnuje poskytování stravovacích služeb. Stravovací služby by vyžadovaly samostatné živnostenské oprávnění pro hostinskou činnost. Poskytování ubytování v ubytovacích zařízeních je dle citované vyhlášky č. 137/1998 Sb., v nichž nejsou poskytovány stravovací služby.

„Subjekty (Fyzická nebo právnická osoba) oprávněná k provozování činnosti musí splňovat následující podmínky dané živnostenským zákonem:

- dosažení věku 18 let
  - způsobilost k právním úkonům
  - trestní bezúhonnost (dle výpisu trestního rejstříku, který musí být minimálně 3 měsíce starý)
  - předložení dokladu o tom, že fyzická osoba nemá daňové nedoplatky vůči státu.
- U právnické osoby musí splňovat tyto podmínky i odpovědný zástupce“ (24)

## **3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE**

### **3.1 Podnikatelské prostředí**

Každý podnik je závislý na prostředí, ve kterém se nachází a provozuje svou činnost. „Podnikatelské prostředí zahrnuje okolí, které vytváří podmínky pro podnikatelskou činnost. Je to zejména stav legislativy a vymahatelnost práva, daňová soustava, možnost získání úvěru a podpora ze strany veřejné správy.“ (8)

Podnikatelské prostředí lze dělit na vnitřní a vnější. Vnitřním prostředím se chápe situace uvnitř firmy, vnější činitelé jsou pak okolí podniku.

Podnikatelské prostředí je sociálně kulturní, politickosprávní, přírodně technické a hospodářské.

Než uskuteční podnikatel svou podnikatelskou vizi, měl by si monitorovat prostředí, v němž hodlá podnikat, a poté i v průběhu své podnikatelské činnosti ho sledovat, vyhodnocovat a být vůči němu přizpůsobivý.

„Investiční rozhodnutí, tj. rozhodnutí firmy o tom, které projekty by měla realizovat, představují klíčová rozhodnutí z hlediska její podnikatelské úspěšnosti. Význam těchto rozhodnutí je dán i tím, že vážou dlouhodobě značné objemy prostředků. Podnikatelská úspěšnosti, resp. přežití v období velice rychlých změn technických a technologických, ekonomických, ekologických, politických aj., vyžaduje správně rozhodovat, tj. vyhledávat a realizovat správné projekty.“(3)

Tento zpracovaný podnikatelský plán bude nejen jakýmsi vodítkem pro samotnou podnikatelku v jejích počínajících podnikatelských aktivitách spojených s ubytovacím zařízením, ale pravděpodobně a hlavně také pro banku či jiné investory, kteří jí na základě předložení tohoto plánu poskytnou finanční prostředky na realizaci jejího záměru.

### **3.2 Ekonomická krize**

Současná světová ekonomická krize je značně velkým milníkem ve světové ekonomii a nevyhnula se ani České republice. Ekonomie z globálního hlediska může hledat jednu z příčin krize ve své podstatě v Kondratěvových cyklech, jejichž teorie je založena na

dlouhých vlnách cyklů (přibližně 50-ti letých), kdy ekonomika se po uplynutí tohoto dlouhého cyklu dostává do recese a v současné době okusila i samotné dno.

Krise stlačila ceny nemovitostí dolů, protože trh s nimi je nyní přesycen, a aby se prodaly, musí jít s cenou dolů. Strmý prodej byl započat z důvodů prodeje zabavených nemovitostí v USA, které tlačí ceny realit níž a níž. Téměř pětina Američanů je tak v současné době majiteli domu, jehož hodnota je nižší než výše hypotečního úvěru.

„Nemovitosti však vždy patřily z dlouhodobého hlediska mezi nejjistější investice, a to i přes obvyklé výkyvy cen. Jistě, najdou se výjimky, případy cenových bublin a prudkých poklesů, ale to nic nemění na tom, že nemovitost je jedna z mála doslova hmatatelných investic, které mají svou hodnotu nezávisle na změnách cen. A i v případech, kdy ceny klesají (jako nyní v USA), z pohledu většího časového odstupu bývá pokles zase časem srovnán. Nemovitost, dokud stojí a je udržována, má trvale nějakou hodnotu“ (25)

„Stavitelské firmy tvrdí, že letos dokážou díky poklesu cen stavebních materiálů postavit byty a rodinné domky levněji než před rokem. Upozorňují však na to, že počítají hlavně hrubé stavby, protože o vnitřní vybavení, jako jsou například obklady, dlažby, kuchyně, svítidla či zásuvky, si rozhoduje zákazník většinou sám a ty mohou celkovou stavbu hodně navýšit. Dále podle nich platí pravidlo – čím větší obytná plocha, tím vyšší sleva. Například cena jednoho krychlového metru kompletního zdiva (cihly, práce, malta, popř. lepidlo) se podle Václava Polaty z plzeňské firmy Stavitelství Šmíd loni pohybovala kolem 3 500 Kč. Letos jde pořídit o 500 až 700 Kč levněji. Stavitelé přitom upozorňují na to, že kalkulace vycházejí z březnových cen a k jejich nejvyšším nárůstům v předchozích letech docházelo v dubnu. Rozdíly v kalkulacích jednoho projektu u různých firem mohou přesahovat 30%.“ (15)

Ekonomická krize se promítla do všech oborů a převážně také do oboru bankovníctví, kde ovlivnila výši úrokových sazeb a zpřísnila podmínky poskytování úvěrů.

### 3.3 Obec Josefov

Josefov je malá vesnička ležící na devátém kilometru západně od Hodonína, malebné oblasti Slovácko, regionu Podluží.

„Vznik Josefova spadá do třetího závěrečného období feudalismu, které zahrnuje léta 1740 – 1848. Před vznikem Josefova (1782) na místě této vesnice stála osada zvaná Kukvice. Císař Josef II., který vládl v letech 1780 – 1790, zrušil v říjnu 1781 poddanství, což mělo dalekosáhlý význam pro vesnici, ale i rozvoj kapitalistických vztahů. V 80. a 90. letech 18. století byly rozparcelovány panské dvory mj. i v Kukvicích a na místě kukvického dvora vznikla nová ves nazvaná, k počtě císaře Josefa II., Josefovem.“ (20)

Významnou událostí v obci bylo zavedení elektrického proudu a osvětlení v roce 1929. V roce 1954 – 1960 se začala budovat kanalizace, hřbitov a chodníky. Obec Josefov má tak v současné době 139 domů s 402 obyvateli. Obec je plynofikována, je zde vybudován vodovod a všechny ostatní sítě.

Součástí lidové kultury jsou tradiční zvyky jako „Smrtnica“, což je tradiční vítání jara. Dále pak jsou to tradiční josefovské krojované hody a jiné kulturní akce. Nejstarší památkou je socha Sv. Anny, postavené v roce 1760 nákladem pastýře, který na tom místě našel, dle pověsti, zlatý poklad.“ (27)

V obci je obchod se smíšeným zbožím a restaurační zařízení. Podkrovní prostory nově vybudovaného kulturního domu slouží jako obecní úřad a knihovna.

Obcí vede vinařská cyklostezka Podluží. Rekreační sportovci mohou využít travou oseté fotbalové hřiště či nově vybudované víceúčelové hřiště na tenis, volejbal, basketbal aj. Pro děti je k dispozici dětské hřiště. V těsné blízkosti obce se nacházejí vinné sklepy. Od roku má slovácká oblast svůj symbolický vinohradní strom – oskeruši. V roce 2008 se Josefov účastnil celorepublikové soutěže o nejhezčí strom republiky a se svou „Josefovskou oskeruší“ se umístil na 2. místě.

Od 1.1.2009 je obec Josefov součástí integrovaného dopravního systému Jihomoravského kraje, kterou do Josefova zajišťuje svými autobusy. Do této obce je tedy snadná dostupnost i prostřednictvím veřejné dopravy.

### **3.4 Venkovská turistika**

„Mezi typické projevy venkovské turistiky patří ohleduplný vztah k přírodě a krajině, decentralizované ubytování s omezenou kapacitou, komorní, téměř rodinné zázemí a pochopení pro individuální aktivity návštěvníků a turistů.

Cestovní ruch na venkově podporuje kulturní a ekonomické změny a zejména novou výstavbu, dále vytváří pracovní příležitosti a tak stabilizuje venkovské obyvatelstvo, umožňuje vznik pozitivních partnerských vztahů mezi veřejným a soukromým sektorem a přináší do obcí a malých měst potřebný rozvojový kapitál“ (38)

#### **3.4.1 Certifikace ubytovacích zařízení**

- „Kvalifikovaný odhad - ca 700 až 1000 ubytovacích zařízení s kapacitou cca 7000 až 10000 lůžek (poslední sčítání ČSÚ bylo v roce 2000)
- Průměrná doba pobytu - 5 dnů
- Převážně se jedná o ubytování v soukromí nebo v penzionech
- Zhruba jen 1/3 ubytovacích zařízení je certifikována
- Certifikát je důležitou informací pro zákazníka o kvalitě služeb, které ubytovací zařízení poskytuje
- Certifikace ubytovacího zařízení je v současnosti i častou podmínkou pro získání dotací z veřejných zdrojů.“ (38)

#### **3.4.2 Typy ubytovacích zařízení ve venkovské turistice**

„Kategorie ubytování v soukromí (Vyhláška MMR č. 137/1998 Sb. o obecných požadavcích na výstavbu)

- pronájem místností, bytů, rodinných domů, rekreačních objektů
- ubytování ve stavbách, které neodpovídají kategoriím ubytovacích zařízení dle vyhlášky

Kategorie hotel, penzión (Vyhláška MMR č. 137/1998 Sb. o obecných požadavcích na výstavbu)

- hotel - hromadné ubytovací zařízení

- penzión - hromadné ubytovací zařízení
- minimálně 10 pokojů určených k přechodnému ubytování u obou typů ubytovacích zařízení
- penzión může být součástí objektu, který slouží jinému účelu“ (38)

Dříve žadatelka měla v úmyslu založit penzion, avšak podmínkou založení penzionu bylo také poskytování stravování zahrnující minimálně polopenzi.

- **„Dvoulůžkový pokoj** - pokoj se dvěma lůžky, a to ve formě dvoulůžka nebo ve formě dvou lůžek umístěných podélně vedle sebe
- **Dvoulůžkový pokoj „twin“** - pokoj se dvěma oddělenými lůžky

#### **Klasifikace ubytovacích zařízení - rozdělení do tříd podle mezinárodního členění**

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

Ubytovacím zařízením kategorie typu hotel garni, penzion a motel mohou být přiděleny maximálně čtyři hvězdičky.

### **3.5 Vinařství a cestovní ruch**

V obci Josefov i okolí je velmi rozšířeno pěstování révy vinné. Obec spadá do vinařské oblasti Slovácko, která leží na jihovýchodě Moravy na hranicích České republiky se Slovenskem a Rakouskem.

„Zdejší lidové kroje, písně, tance, tradiční řemesla i obyčeje si dokázaly podmanit srdce nejednoho návštěvníka – a ruku v ruce s rázovitým folklorem kráčí také tradiční vinařství a skvělá slovácká vína. Podobně pestrá jako je svět zdejšího folkloru je i paleta slováckých vín.“ (19)

V současné době dochází v této vinařské oblasti ke značnému rozvoji cestovního ruchu především se stoupající oblibou moravských vín, vybudování rozsáhlé sítě cyklostezek v okolí a touhou poznávat tradice, folklor, památky a přírodní krásy tohoto malebného úrodného kraje. Obcí vede moravská vinařská stezka Podlužím, která má celkem 115 km a zahrnuje silniční úseky i polní cesty. Obec má v plánu budovat další pozemní komunikaci určenou pro bezpečnost cyklistů do okolních vesnic. Evropská unie poskytuje v období 2007 – 2013 čtené dotační finanční prostředky pro budování těchto vinařských cyklostezek.

Fyzická osoba Zuzana Prátová, která se chystá zrealizovat svou podnikatelskou vizi založením ubytovacího zařízení v obci Josefov, v této obci má již firmu Vinařství Prath. Od počátku svého podnikání, tj. od roku 2003, si vybuodovala síť spokojených zákazníků a zájemců o tradiční moravská vína z jejího sortimentu. Hrozny pěstuje na cca 4 hektarech za obcí Josefov na jižních svazích s velmi úrodnou půdou a optimálními klimatickými podmínkami pro dané odrůdy. Příležitostně ji klienti z řad majitelů vináren, vinoték či restauračních zařízení, ale také potencionální zájemci o vinné produkty navštěvují, a spojí obchodní povinnosti s poznáváním okolní krajiny, památek apod., ale spíše s příjemnou zastávkou v rodinném vinném sklípku firmy. Spokojený zákazník se rád vrací. Po příjemně stráveném večeru u sklenky vína či vyčerpávajícím poznáváním zdejšího regionu však firmě chyběla nabídka zákazníkovi možnosti noclehu. V této souvislosti se rozhodla vybudovat v obci ubytovací jednotku. Vlastní vhodný pozemek pro učinění tohoto záměru na kraji obce směrem k vinným sklepům s nádherným výhledem na okolní krajinu i malebné vinné sklepy. V blízkosti teče místní potok Prušánka a je zde malý rybník. Majitel sousedící stavby chová koně, kteří se pod tímto stavením na stráni pasou, což podmalovává celkovou atmosféru a v neposlední řadě je zde možnost domluvy vyjížd'ky po okolí z koňského hřbetu.

Asi dva kilometry od obce Josefov leží významné archeologické naleziště – Vykopávky Mikulčice, patřící do památek UNESCO. Tato památka patří díky stálému výzkumu je tato oblast nejrozsáhlejším archeologickým nalezištěm u nás. Byly zde nalezeny důkazy o osídlení zdejší krajiny již v nejstarších dobách. Mj. je zde poklidná přístupová cesta mezi loukami vhodná svým hladkým povrchem pro in-line bruslaře.

Přibližně 20 km je vzdálena další významná památka UNESCO, Lednicko-valtický areál, kde je bezpočet historických a přírodních památek např. lednický zámek, anglický

zámecký park, skleník, valtický zámek, minaret, Janohrad, Apollónův chrám, hlohovecký zámeček, Obelisk, Tři grácie, Pohansko, Reisna aj. A také degustační expozice Salon vín České republiky.

V okolí jsou další zámky a místa stojící za návštěvu: Mikulov (město, zámek), Strážnice (skanzen, zámek), Milotice (zámek), CHKO Pálava, vinné sklepy Nechory v Prušánkách, vinné sklepy v Dolních Bojanovicích atd.

Nejvýznamnějším lákadlem roku 2008 byla na Hodonínsku plavba po Baťově kanále. Známa je i hodonínská ZOO. V Hodoníně jsou významné Jihomoravské lázně, jež jsou prvními lázněmi na jižní Moravě. Základním léčivým pramenem je zde jodobromová voda, která patří mezi nejkvalitnější vody svého druhu v Evropě. V lázních Hodonín se léčí především pohybové ústrojí člověka a onemocnění tepen končetin.

Do kategorie Jihomoravských lázní patří také lázně v Lednici. Je zde vybudováno moderní rehabilitační poskytující komplexní léčebné a rehabilitační služby, využívající taktéž účinků přírodní jodobromové minerální vody.

Následující tabulka vyčísľuje nejvíce navštěvované kraje v roce 2008. Uvedené informace vzešly z průzkumu za rok 2008 prováděného Asociací českých cestovních kanceláří. Podle této agentury jsou pro turisty na jih Moravy lákadlem také jednorázové akce.

<b>Návštěvnost krajů v roce 2008</b>	
Jihomoravský	736 000 lidí
Jihočeský	643 000 lidí
Královehradecký	620 000 lidí

*Tab. č. 1 – Návštěvnost krajů v České republice v roce 2008 (zdroj:13)*

### **3.6 Ubytovací zařízení**

„Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení vznikla před více než dvěma lety z podnětu odborných sdružení, která zastupují zájmy provozovatelů ubytovacích zařízení v České republice. Hlavním důvodem jejího vzniku byla nutnost zajistit a deklarovat kvalitu a úroveň vybavení ubytovacích zařízení podle kategorií a tříd a učinit tak tuto službu přehlednou z pohledu hosta i z pohledu podnikatelů samotných.

Navíc nastavení jasných parametrů může být do budoucna dobrým nástrojem pro zajištění spravedlivého tržního prostředí. V současné době je toto osvědčení o klasifikaci dobrovolné, je však pro spotřebitele zárukou zachování úrovně a kvality vybavení ubytovacích zařízení a poskytování služeb odpovídajících dané kategorii a třídě..“ (32)

### 3.6.1 Stavby ubytovacích zařízení

- „Prostory vstupní části stavby musí umožňovat plynulý příjem a odbavení hostů. Světlá výška pokoje hosta musí být minimálně 2600 mm.
- Nejmenší plocha pokoje v ubytovací jednotce v členění do tříd činí 13,3 m<sup>2</sup> u dvoulůžkového pokoje (třída tři hvězdičky).
- Hygienické zařízení ubytovací jednotky musí mít nejmenší plochu 4 m<sup>2</sup>.
- Ubytovací jednotky v ubytovacích zařízeních zařazených do třídy tři až pět hvězdiček musí mít hygienické zařízení přístupné z předsíně.
- V části ubytovacího zařízení, kde jsou poskytovány stravovací služby a kde je provozována společenská nebo kulturní činnost, musí být záchody odděleně pro muže a pro ženy s předsíní a umyvadlem, přičemž nejméně jedna záchodová kabina musí být řešena pro užívání osobami používajícími vozík pro invalidy. Požaduje se pro ženy jedno sedadlo na 10 žen, pro každých dalších 20 žen jedno další sedadlo, pro muže jedno sedadlo a jedno pisoárové stání nebo mušle na 10 mužů, pro každých dalších 40 mužů jedno další sedadlo a jedno pisoárové stání nebo mušle.
- Hygienická zařízení musí být vybavena podtlakovým větráním, které musí být v provozu po celou jejich provozní dobu.
- Každé ubytovací zařízení musí být připojeno na veřejnou telefonní síť.
- Pokud jsou ubytovací jednotky umístěny výše než 30 m nad úrovní 1. nadzemního podlaží, musí v nich být instalováno samočinné hasicí zařízení. Požadavky požární bezpečnosti jsou dány normami. Ve stavbách nebo jejich částech, kde jsou umístěna ubytovací zařízení, musí každá ubytovací jednotka tvořit samostatný požární úsek, jehož konstrukční řešení a technické vybavení vychází z normových hodnot

- V každém ubytovacím zařízení musí být zajištěna evakuace osob únikovými cestami, jejichž druh, rozmístění, počet a technické vybavení vychází z norem. Všechny únikové cesty musí mít nouzové osvětlení a vyznačený směr úniku. Rozvody vzduchotechnických zařízení musí být z nehořlavých hmot. Vzduchotechnické zařízení v ubytovací části nesmí být napojeno na vzduchotechnické zařízení kuchyní.“ (33)

### 3.7 Marketingový průzkum

„V praxi se často ztotožňují pojmy výzkum a průzkum. Hlavním rozdílem mezi nimi je časový horizont, kdy průzkum je kratší a nezachází do takové hloubky jako výzkum. Průzkum je součástí marketingového výzkumu. Kotler (2001) definuje marketingový výzkum jako systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací týkajících se určitého problému, před kterým firma stojí.

Jako sekundární informace obvykle označujeme údaje, které byly shromážděny zpravidla někým jiným původně pro nějaký jiný účel a jsou i nadále k dispozici. Sekundární zdroje jsou zpravidla jednoduše dostupné veřejné zdroje informací. Sekundární zdroje informací bývají k dispozici rychleji a bývají méně nákladné než primární zdroje údajů.

Primární informace jsou původní údaje, které musí být teprve shromážděny pro specifický účel. Jsou získávány prostřednictvím našeho vlastního výzkumu a slouží výhradně nebo především potřebám tohoto výzkumu.“ (7)

#### Proces marketingového výzkumu

##### „Přípravná etapa

1. Definování problému, cíle
2. Orientační analýza situace
3. Plán výzkumného projektu

##### Realizační etapa

4. Sběr údajů
5. Zpracování shromážděných údajů
6. Analýza údajů
7. Interpretace výsledků výzkumu
8. Závěrečná zpráva a její prezentace“ (7)

## 3.8 Možnosti financování

„Nejdůležitější otázkou celého podnikatelského záměru je, kde vzít vhodné finanční prostředky, aby se podnikatelův sen stal skutečností. Zdroje financování začínajících podnikatelů mohou být různé, od vlastních úspor, půjček či darů od rodiny nebo přátel, dědictví, přes banky, penzijní fondy, až po vládní programy.

U již fungující firmy jsou zdroje financování rozšířeny o další jako je zisk, prodej aktiv, snížení provozního kapitálu, z úvěru od dodavatelů, z pohledávek aj. vnitřní kapitál.

Podnikatelka si hodlá vzít úvěr ve výši 5 392 000 Kč. V této práci jsem porovnávala dlouhodobý hypoteční úvěr na výstavbu ubytovacího zařízení u některých bankovních institucí působících na našem trhu. Měnou úvěru jsou Kč (CZK).

### 3.8.1 Dotace

„Dotačních titulů jsou stovky a každý má mnoho omezení a specifik. Podpora dotací je jak přímá – peníze na účet, tak nepřímá – zaplacení úroků, podpora vyplácená zpětně po ukončení projektu/etapy (v drtivé většině případů).“ (23)

V našem případě je účelem použití dotace sekce podpora cestovního ruchu.

**Schéma členění podpor v ČR** – viz. Příloha 7

#### **Státní zemědělský intervenční fond (SZIF)**

„Státní zemědělský intervenční fond (SZIF) je akreditovanou platební agenturou - zprostředkovatelem finanční podpory z Evropské unie a národních zdrojů. Dotace z EU jsou v rámci společné zemědělské politiky poskytovány z Evropského zemědělského záručního fondu (EAGF) a v nynějším programovacím období (2007 – 2013) také z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD) a z Evropského rybářského fondu (EFF). Program rozvoje venkova (PRV), který čerpá finanční prostředky z EAFRD nahradil Horizontální plán rozvoje venkova (HRDP) a Operační program rozvoj venkova a multifunkční zemědělství (OP RVMZ).“ (30)

Pro období 2007 - 2013 má EU připraveno pro Českou republiku celkem 24 operačních dotačních programů. Na profinancování tohoto podnikatelského plánu se jako

nejvhodnější jeví „Program rozvoje venkova“. Finanční prostředky na tento program budou čerpány z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova.

Program je realizován prostřednictvím čtyř prioritních os, přičemž pro účely tohoto podnikatelského plánu jsem vybrala po konzultaci s odborníkem ze SZIF **Osu III, program 1.3. Podpora cestovního ruchu.**

„Tento program je rozdělen na dvě oblasti a to: a) pěší trasy, vinařské stezky a hippostezky a b) ubytování, sport. V rámci záměru b) bude podporována zejména výstavba malokapacitních ubytovacích a stravovacích zařízení, půjčoven sportovního vybavení a objektů a ploch pro sportovně rekreační vyžití. Realizací předloženého projektu (žádosti) vznikne funkční celek. Projekty jsou vybírány na základě preferenčních kritérií.

- Žadatelka splňuje podmínky pro žadatele tohoto programu, protože jím mohou být fyzické a právnické osoby, které podnikají v zemědělské výrobě v souladu se zákonem č. 252/1997 Sb., o zemědělství, ve znění pozdějších předpisů.
- Tato dotace je poskytována jako přímá nenávratná dotace.
- Maximální výše dotace je u regionu Jihovýchod, do něhož žadatelka náleží, poskytována pro malé podniky v časovém horizontu 2007 - 2013 maximálně do výše 60%, žadatelka bude žádat o 50 %, tj. 3 851 500 Kč.
- Minimální způsobilé výdaje, ze kterých je stanovena dotace, jsou 50 000,- na projekt a maximální 10 000 000,- na projekt.
- Příspěvek EU činí 75%, příspěvek ČR činí 25% veřejných zdrojů.
- Projekt lze realizovat na území ČR v obci do 2000 obyvatel, což splňuje.
- Žadatelka splňuje podmínku finančního zdraví, což je podmínkou u projektů, jejichž celkové způsobilé výdaje přesahují 2 000 000 Kč.
- Žadatelka vytvoří prozatím jedno pracovní místo.
- Osnova projektu má obsahovat: název projektu, žadatele, popis projektu, rozpočet projektu, realizované projekty.
- Časový harmonogram projektu obsahuje mj. fáze: příprava projektové dokumentace, poslání Žádosti o dotaci, realizace výběrového řízení, realizace projektu, podání Žádosti o proplacení.

- Ekologické zemědělství musí být udrženo minimálně po dobu vázanosti projektu na účel (tj. 5 let od data podpisu Dohody.)
- Žadatelka může předložit v daném kole na daný záměr pouze jednu žádost.
- Podmínkou je, že každá novostavba musí ležet alespoň na části místa původní stavby a nesmí přesahovat o více než 40 % zastavěnou plochu původní stavby/staveb.
- Půdorys/polohopis nově postavené budovy nebude měnit, v tomto případě je nutné předložit při podání Žádosti o proplacení potvrzení technického dozoru stavby, že stavba byla provedena v souladu se schválenou projektovou dokumentací, a že v průběhu stavby nedošlo ke změně půdorysných rozměrů objektu.
- Původní stavba nebude rozšířena, body tedy budou uděleny.
- Pro poskytnutí dotace je závazné splnění tzv. Preferenčních kritérií (pro bodování se zjišťuje výchozí stav a stav vzniklý realizací projektu). Výchozí stav je určen nepovinnou přílohou k Žádosti o dotaci – Dokumentace skutečného provedení stavby dle závazného vzoru. Stav vzniklý realizací projektu se zjišťuje podle povinných příloh k Žádosti o dotaci (Projektová dokumentace předkládaná k územnímu či stavebnímu řízení nebo půdorys stavby s uvedenými rozměry).
- **Preferenčních kritéria** – viz. Příloha 10
- Pro veškeré stavební práce platí, že maximálním způsobilým výdajem, ze kterého je stanovena dotace pro jednotlivé položky rozpočtu, jsou aktuální ceny uvedené v katalogu cen stavebních prací RTS, a.s. k datu podpisu smlouvy s dodavatelem.“ (36)

„Způsobilé pro spolufinancování jsou mj. následující investiční výdaje:

- rekonstrukce a modernizace stávajícího malokapacitního ubytovacího zařízení nebo stravovacího zařízení v přímé návaznosti na ubytovací kapacitu nebo přestavba budov na malokapacitní (do 60 lůžek) ubytovací nebo stravovací zařízení, nova výstavba budov malokapacitního ubytovacího nebo stravovacího zařízení (stavební materiál, stavební práce)

- výstavba příjezdové cesty, odstavných stání a úprava povrchů pro malokapacitní ubytovací zařízení (parkovací místa), případně pro zřízení malého kempu
- připojení k technické infrastruktuře
- nákup vybavení pro malokapacitní ubytovací nebo stravovací zařízení
- nákup vybavení a sportovních potřeb pro půjčovny a zařízení pro
- nákup a výsadba doprovodné zeleně v areálu
- pořízení nezbytné výpočetní techniky v souvislosti s projektem“ (36)

Z celkového počtu 115 maximálních možných bodů v bodovaných kritériích získala žadatelka předběžně 70 bodů. (Bodová preferenční kritéria – viz Příloha 10.)

Jednalo se o součet následujících řádků:

1.3 (10 bodů) + 2.10 (10 bodů) + 3.1 (5 bodů) + 5 (5 bodů) + 6 (10 bodů) + 7.1 (15 bodů) + 10.3 (5 bodů) + 11 (10 bodů) = **70 bodů**

### 3.8.2 Úvěr

#### Splatnost úvěru

- „krátkodobé: do 1 roku (provozní úvěry, kontokorentní úvěry, některé spotřebitelské úvěry)
- střednědobé: 1 rok až 5 let (investiční úvěry, některé spotřebitelské úvěry)
- dlouhodobé: nad 5 let (investiční a hypoteční úvěry)

#### Struktura úvěrové smlouvy obsahuje následující údaje:

identifikace věřitele a dlužníka, výši úvěru, měna úvěru, příp. účel úvěru, celkovou splatnost úvěru, způsob zajištění úvěru, číslo úvěrového účtu, podmínky a způsob čerpání úvěru, typ a způsob úročení, konstrukce (vytvoření) úrokové sazby a její výše, podmínky a periodicita splácení – splátkový kalendář, někdy požadavky na vedení platebního styku, požadavky na předkládání dokumentů, sankce v případě neplnění podmínek smlouvy a další dokumentace týkající se zajištění (zástavní smlouva, smlouva o postoupení pohledávek apod.)

### **Hypoteční úvěry občanům a firmám**

- všechny úvěry zajištěné zástavním právem k nemovitostem;
- poskytovány do výše 70% tržní ceny zastavované nemovitosti (příp. další dofinancování záměru je možné dražším úvěrem až do 100%)
- určené většinou na bydlení (pozemky a stavby - byty, rodinné domy); ale i na nákup, výstavbu či rekonstrukci komerčních budov
- dlouhodobá splatnost (5 až 30 let), nižší úroky, většinou anuitní splácení

### **Americké hypotéky**

- neúčelové hypoteční úvěry se zástavou nemovitostí
- i pro začínající podnikatele – bez udání účelu (pouze do 50 – 70 % tržní ceny zastavených nemovitostí)
- o něco dražší než klasické hypotéky

### **Investiční úvěry**

- přísně účelové úvěry na nákup investičního majetku
- se střednědobou nebo dlouhodobou splatností
- čerpání nejčastěji na základě proplácených faktur
- převážně zajištěné zástavním právem + dalšími instrumenty

### **Subjekty bankovního trhu**

- u nás etablováno 6 stavebních spořitelén, 2 hypoteční banky a 27 univerzálních bank (z toho má 8 tzv. „hypoteční licenci)
- žádná z univerzálních bank neuvádí výraznou profilaci
- dosud funguje 15 družstevních záložen s výraznou lokální působností
- banky „velké čtyřky“: mají nejhustší pobočkovou síť“ (26)

**Struktura dokladů požadovaných k žádosti o úvěr – viz Příloha 12**

**Dotazník pro vyhodnocení bonity klienta – viz. Příloha 14**

**Snímek z katastrální mapy – viz. Příloha 9**

### 3.9 Podnikatelský plán

„Podnikatelský subjekt musí přesně definovat název a náplň svého podnikatelského záměru a realizaci tohoto záměru zasadit do základního řídicího dokumentu společnosti. Tím je obvykle právě onen podnikatelský plán, který je nejcharakterističtějším znakem podnikatelského záměru.“ (18)

„Podnikatelský plán by měl zpracovávat sám podnikatelem, i když se při jeho přípravě může radit s mnoha jinými osobami. Právníci, účetní, marketingoví poradci i technici mohou v této souvislosti sehrát významnou roli.

„O tento plán se mohou zajímat zaměstnanci, investoři, bankéři, zákazníci a konzultanti. Vzhledem k tomu, že jej budou číst z různých důvodů, musí být zpracován natolik komplexně, aby obsáhl důvody zainteresovanosti každého z nich.“ (4)

„Jeho důležitost pro tyto kategorie lidí spočívá v tom, že napomáhá při stanovení životaschopnosti podniku na cílovém trhu, poskytuje podnikateli vodítka pro jeho plánovací činnost a slouží jako důležitý nástroj při získávání finančních zdrojů

„Zpracování podnikatelského plánu může v závislosti na zkušenostech a znalostech podnikatele zabrat i přes 200 hodin. Plán musí být komplexní natolik, aby každému potenciálnímu investorovi poskytl ucelený a pochopitelný obraz nového podniku.“(4)

„Konkrétním východiskem podnikatelského plánu je představa o mase zisku nebo míře zhodnocení vložených prostředků. Souběžně s tím vychází plán z průzkumu trhu, tj. z analýzy trhu, znalostí zákazníka a jeho potřeb.

Zpracování podnikatelského plánu nelze chápat jen jako jeho pouhé napsání. Dobrý plán je výsledkem určité odborové systematické činnosti – analyzování a plánování, při níž jsou ve vztahu k existující motivaci podnikatele, vnějším i vnitřním podmínkám a existujícím zdrojům formulovány podnikatelské cíle a navržena podnikatelská strategie, což je množina vytyčených cílů a zamýšlené způsoby její realizace (resp. plány), jejich dosažení.“ (18)

Strategické plánování podnikatelského záměru má následující fáze:

Myšlenka → poslání → cíle → strategie

### 3.10 Proces přípravy a realizace projektu

„Vlastní přípravu a realizaci projektů od identifikace určité základní myšlenky projektu až po ukončení jeho provozu a likvidaci lze chápat jako určitý sled čtyř fází:

- předinvestiční
- investiční
- provozní (operační)
- ukončení provozu a likvidace (zde se neuvažuje)

Každá z těchto fází je důležitá z hlediska úspěšnosti projektu. Přesto bychom však měli věnovat zvýšenou pozornost předinvestiční fázi, neboť úspěch či neúspěch daného projektu bude ve značné míře záviset na informacích a poznatcích marketingové, technicko-technologické, finanční a ekonomické povahy, které jsme získali v rámci zpracování technicko-ekonomické studie projektu, a na interpretaci těchto informací a poznatků v této studii.“ (3)

„Technicko-ekonomickou studii projektu by měl zpracovávat tým odborníků z různých profesí tak, aby byly odborně pokryty všechny významné oblasti projektu. V závislosti na podmínkách, typu a rozsahu projektu by měl zpracovatelský tým tvořit: ekonom (pravděpodobně v roli vedoucího týmu), marketingový specialista, technolog, stavební inženýr, odborník z oblasti managementu, specialista z oblasti financování a účetnictví, specialista na ochranu životního prostředí“ (3)

Nejdříve je nutné provést stavební dokumentaci včetně požárně bezpečnostního řešení stavby a nechat ji schválit na stavebním úřadě. Následně zajistit rekolaudaci objektu pro navrhovanou podnikatelskou činnost.

Rozpočet stavby vč. parkoviště byl zpracován externím pracovníkem v programu Build Power a oceněn podle ceníku firmy RTS. „Akciová společnost RTS je český producent kvalitních softwarových informačních systémů, technických, ekonomických a inženýrských služeb, které v komplexu vytváří nástroje pro podporu, plánování, organizování, kontrolování, vedení a personalistiku (management) podnikatelských subjektů. Její produkty a služby jsou určeny široké skupině odběratelů s důrazem na střední a velké společnosti z oblasti průmyslové, stavební a obchodní činnosti.“ (37)

### **3.10.1 Předinvestiční fáze**

„Tato fáze se zpravidla dělí do tří etap, které tvoří identifikace podnikatelských příležitostí, předběžný výběr projektu a příprava projektu zahrnující analýzu jeho variant a hodnocení projektu a rozhodnutí o jeho realizaci či zamítnutí.“ (3)

### **3.10.2 Investiční fáze**

„Základem pro zahájení investiční fáze je vytvoření právního, finančního a organizačního rámce pro realizaci projektu (zajištění financování projektu, vytvoření projektového týmu, získání nezbytných pozemků pro realizaci projektu, uzavření příslušných smluv aj.).

Investiční fázi lze rozdělit do etap jako je zpracování zadání stavby, zpracování úvodní projektové dokumentace (včetně dokumentace vyhodnocení vlivu na životní prostředí – Environmental Impact Assessment, EIA) projektu pro územní rozhodnutí, resp. stavební povolení, zpracování realizační projektové dokumentace, realizace výstavby a příprava uvedení do provozu, uvedení do provozu a zkušební provoz aktualizace dokumentace a systémů.“ (3)

### **3.10.3 Provozní fáze**

“Problémy provozní fáze je třeba posuzovat jak z krátkodobého, tak i dlouhodobého hlediska. Krátkodobý pohled se týká uvedení projektu do provozu, resp. záběhového provozu. Zde mohou vznikat určité obtíže pramenící např. z nezvládnutí technologického procesu, z nedostatečné kvalifikace pracovníků aj. Většina těchto problémů má svůj původ v realizační fázi projektu.

Dlouhodobý pohled se týká celkové strategie, na které byl projekt založen, a z toho plynoucích výnosů a nákladů, jenž mají přímý vztah k předpokladům (např. pokud jde o vývoj poptávky, dosažitelný podíl na trhu aj.), ze kterých se vycházelo při zpracování technicko-ekonomické studie., (3)

## **4 ANALÝZA PROBLÉMU A SOUČASNÉ SITUACE**

### **4.1 Majetkoprávní vztahy**

Žadatelka již podniká od roku 2003 ve vinohradnictví a vinařství, vlastní firmu „Vinařství Prath“ Zuzana Prátová. V jejím vlastnictví je pozemek s výměrou cca 4 ha spadající do katastrální výměry obce Josefov, který je osázen vinicemi, jehož ocenění se předpokládá ve výši cca 2 mil. Kč. Dále vlastní také vybavenou provozovnu, kde hrozny zpracovává a víno vyrábí. Tato provozovna by se mohla použít jako zástava pro případný úvěr na profinancování podnikatelského záměru (dle znaleckého posudku je její tržní hodnota stanovena na 2 mil. Kč).

Podnikatelská činnost žadatelky je výdělečná, vykazující zisk dle daňových přiznání.

Žadatelka nemá žádné závazky, tedy ani k institucím státní zprávy (FÚ, OSSZ či zdravotní pojišťovně). Žadatelce náleží do vlastnictví stavební pozemek v katastrálním území obce Josefov u Hodonína vhodný pro výstavbu ubytovacího zařízení.

Podnikatelka disponuje hotovostí ve výši 2 311 000 Kč, kterou naspořila z již fungující podnikatelské činnosti – vinařství.

### **4.2 Poskytované služby**

Ubytovací zařízení má být postaveno na konci zastavěné části obce Josefov směrem na sever v blízkosti vinných sklepů. Stavba bude jednopodlažní se schodištěm do podkrovních prostor, kde se mají nacházet pokoje. Součástí budovy bude i garáž na případnou úschovu kol a před objektem parkoviště pro automobily.

Ubytování bude poskytováno prostřednictvím 5-ti dvoulůžkových pokojů s celoročním provozem a s nonstop ubytovacími službami. Čtyři pokoje v podkrovních prostorech a jeden v přízemí, uzpůsoben pro zdravotně tělesně postižené zákazníky. Každý pokoj bude vybaven dvěma lůžky, dvěma nočními stolky, skříní, konferenčním stolem se sedačkou, stolem na televizi, televizí, malou ledničkou a s Wifi připojením na internet. Ke každému pokoji bude náležet koupelna se sprchovým koutem, umyvadlem a záchodem. K dispozici budou mít zákazníci jednu společnou kuchyni vybavenou

kuchyňskou linkou s dřezem, elektrickou troubou a sporákem. Dále pak rychlovarnou konvici, mikrovlnou troubou a ledničkou.

Ze stravovacích služeb budou poskytovány pouze snídaně po domluvě a to ve velké společenské místnosti s posezením pro cca 20 osob a malou vinotékou. Snídaně se budou podávat ráno od 8 do 10 hodin. Tuto místnost mohou využít klienti například také při posezení u skleničky vína či může majitelka pronajímat tyto prostory na různá školení apod. Při zájmu klientů je možná exkurze a posezení v cca 200 m vzdáleném vinném sklepě spojeném s ochutnávkou vín „Prath“. Stravování lze domluvit formou menu ve zdejší hostinci cca 250 m vzdáleném od ubytovacího zařízení.

Dále v objektu bude sociální zařízení a šatna pro personál a recepce.

Na recepci si lze zapůjčit čtyři cyklistická kola, tenisové rakety a míčky, fotbalový, volejbalový a basketbalový míč. Víceúčelové hřiště na tenis, volejbal či basketbal se nachází v obci Josefov cca 250 m od ubytovacího zařízení v bezprostřední blízkosti od hostince, obchodu se smíšeným zbožím a fotbalového hřiště. V okolí této obce si přijdou na zajisté také na své milovníci pěší turistiky (např. po vinných sklepech, přírodě) nebo rekreační běžci. Mezi služby, které můžou zákazníci využít bude také patřit možnost vyjíždky na koni pod odborným dozorem a za poplatek, který si stanoví jejich majitelé – majitelé sousedícího pozemku.

### **4.3 Místo stavby**

Nemovitost se má nacházet v katastrálním území Josefov u Hodonína a přísluší Katastrálnímu úřadu pro Jihomoravský kraj, pracoviště Hodonín. Označené parc. č.1/2 má výměru 1846 m<sup>2</sup>.

Objekt neleží v žádném ochranném pásmu.

Pozemek se nachází v severní zastavěné části obce, v bývalém areálu JZD Josefov. V současné době se na tomto pozemku nenachází žádná stavba. Objekt má možnost napojení na vodovod a kanalizaci a má také přístup po zpevněné komunikaci.

Novostavba bude mít rozměry půdorysu stavby 25 x 10 m.

**Katastrální mapa** – viz Příloha 9

## 4.4 Trh a marketing

Situaci pro trh, na který se chci orientovat jsem objektivně zhodnotila prostřednictvím dotazníkového šetření.

### 4.4.1 Marketingový výzkum dotazováním

**Dotazník** – viz. Příloha 5

#### **Přípravná etapa**

##### 1. Definování problému, cíle

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, s rozvojem cestovního ruchu, uplatnění ubytovací jednotky v malé vinařské vesničce Josefov u Hodonína. Zda potenciální návštěvníci kladně ocení a především využijí možnost přespání a případně na kolik nocí. Jestli upřednostní zabezpečení celodenního stravování či jen snídaní. A kde by raději strávili noc, zda v klidném prostředí nebo raději ve městě. V souvislosti s tímto účelem se dotazník také zabýval oblíbeností vín značky „Prath“, případně možností spojení noclehu s nákupem vín.

##### 2. Orientační analýza situace

Při tvorbě dotazníku jsem vycházela ze skutečnosti, že potenciálními zájemci o ubytování budou ve větší míře milovníci vín, kteří spojí pobyt v ubytovacím zařízení s degustací vín, proto jsem otázky kladla v souvislosti s vinařskou tematikou a cestovním ruchem.

Respondenty byly v prvé řadě tedy milovníci vína, poté obchodní partneři firmy „Prath“, prodejci vína a jejich známí či rodinní příslušníci.

##### 3. Plán výzkumného projektu

Aby bylo dotazníkové šetření dostatečně vypovídající, bylo vyhotoveno 200 dotazníků. Chtěla jsem shromáždit údaje od respondentů z různých částí České republiky, proto jsem rozdělila dotazníky přibližně na třetiny do následujících oblastí: jižní Čechy, Středočeský kraj, střední Morava.

Časovým milníkem ukončení průzkumu byl 13.únor 2009. Dotazování probíhalo od 5.ledna 2009, tedy přibližně měsíc.

## **Realizační etapa**

### **4. Sběr údajů**

Za předpokladu, že dotazovanými mají být převážně milovníci vín, jsem zvolila dotazování prostřednictvím některých vinoték, vináren a restaurací v ČR do nichž dodává firma „Prath“ svá vína či v prostorách firmy „Prath“ v Josefově. Zde jsem dotazník vyplnila osobně s majitelem či zaměstnanci tohoto zařízení popřípadě přítomnými zákazníky a poté jsem tady nechala pár dotazníků k dispozici na vyplnění pro jiné respondenty, kteří je vyplňovali sami. Při příští návštěvě jsem si vyplněné dotazníky vyzvedla osobně nebo je vyzvedla paní Prátová. Větší část dotazníků tedy vyplňovali respondenti sami.

Tento způsob dotazování nevyžaduje náročnost u tazatele na čas a energii (pouze poskytnout dotazník), avšak má oproti osobnímu dotazování nevýhodu v získávání vedlejších informací.

### **5. Zpracování shromážděných údajů**

Vloženým úsilím byla tvorba dotazníku, tisk, doprava, vyplnění menšího vzorku dotazníků, vyzvednutí a vyhodnocení.

Zpracování získaných údajů proběhlo v druhé polovině měsíce února 2009.

### **6. Analýza údajů a interpretace výsledků výzkumu**

Základní soubor: obyvatelé České republiky či zahraniční turisté zde pobývající

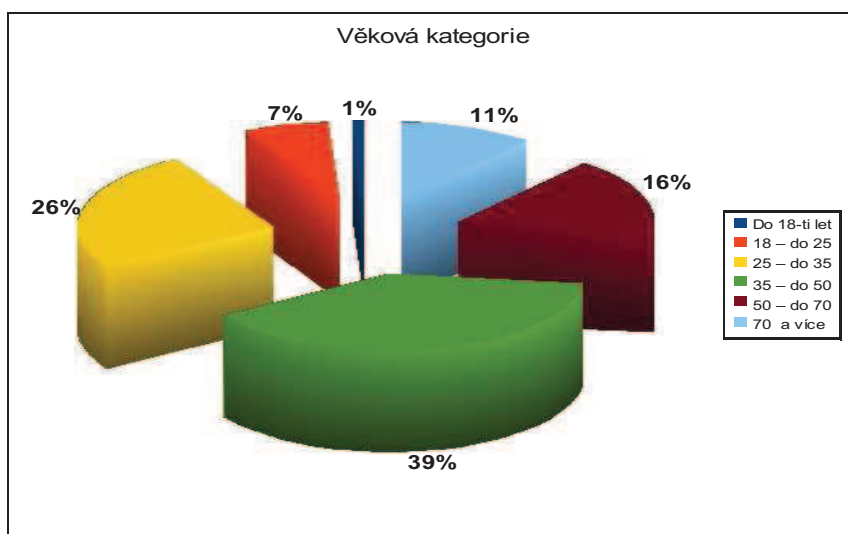
Výběrový soubor: respondenti dotazníků (zákazníci vinoték, vináren a restaurací aj.)

Konkrétní výběrový soubor: dle otázek (buď všichni respondenti, tj. 200 osob nebo jen část z nich, která preferovala danou otázku)

Datový soubor: zjištěné hodnoty

Náhodná veličina: dle jednotlivé otázky

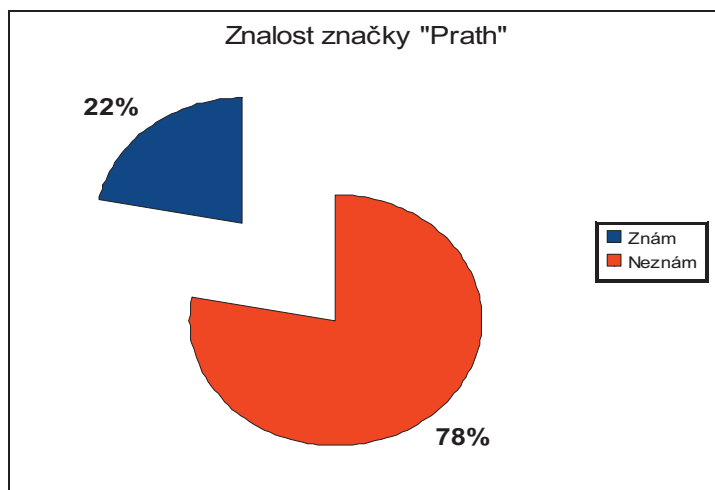
### Otázka č. 1 - Do jaké věkové kategorie patříte?



*Graf č. 1 – Procentuální vyjádření věkových kategorií respondentů*

Od 35 do 50-ti let (včetně) bylo nejvíce respondentů (39 %), dále respondenti ve věku od 50 do 70-ti let (včetně) s 26 %, od 25 do 35-ti let (včetně) tvořící 16 %. Od 18 do 25 let (včetně), 70 a více let, a na posledním místě nezletilí, kteří byli jen dva.

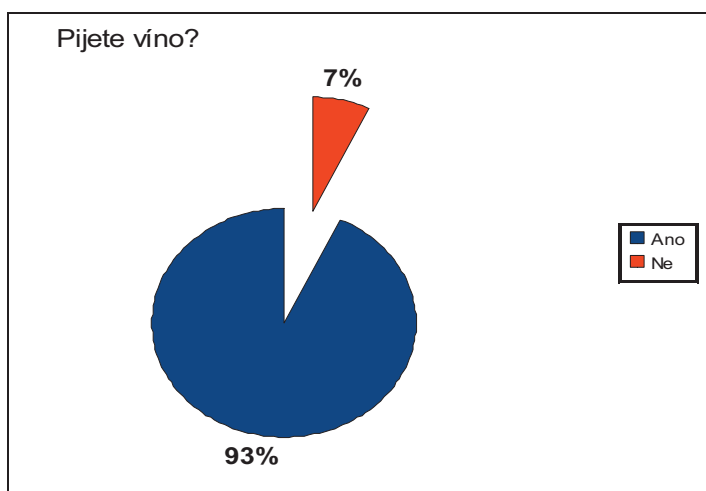
### Ot.č. 2 - Znáte značku vín vinařské firmy Zuzany Prátové z Josefova „Prath“?



*Graf č. 2 – Kolik respondentů zná značku vín „Prath“*

78% dotazovaných, tj. 156, zná značku vín Vinařství „Prath“ Zuzana Prátová, zbylých 22%, tj. 44, ji nikdy neslyšelo.

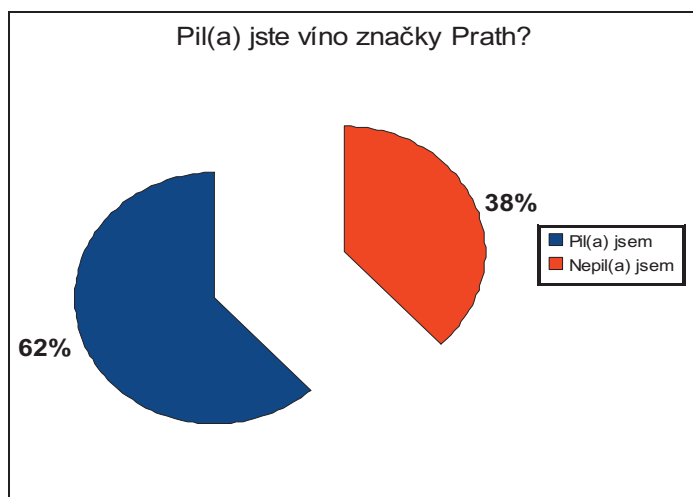
### Ot. č. 3 - Pijete víno?



**Graf č. 3** – Počet dotázaných (v %), kteří pijí či nepijí víno

Jelikož se jednalo o respondenty, u nichž se předpokládalo, že víno pít budou, potvrdilo tuto skutečnost 93 %, vyvrátilo 7 %. Při záporné odpovědi, pokračoval dotazovaný otázkou č. 6.

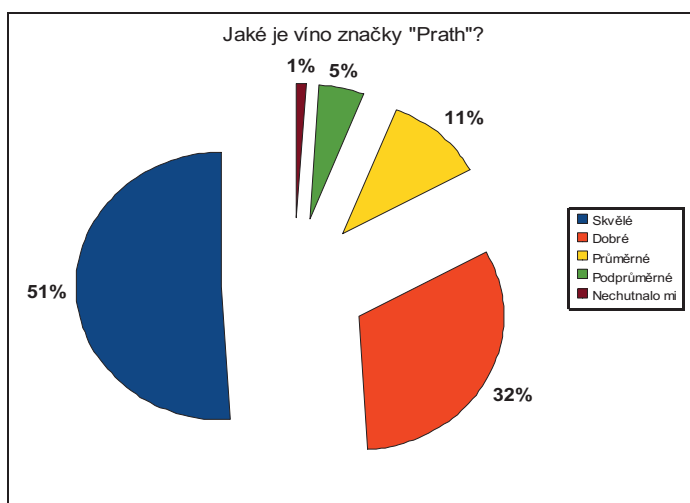
### Ot. č. 4 - Pijete nebo jste chutnal víno vinařské firmy Zuzany Prátové z Josefova „Prath“?



**Graf č. 4** – Kolik % dotazovaných, kteří pijí víno, pilo víno značky „Prath“

Na otázku odpovídalo dále jen 93 %, tedy ti, kteří pijí víno (186 osob). 62 % zákazníků pijících víno již někdy ochutnalo víno z vinařství „Prath“. Další otázku pak tedy zodpovídali pouze oni. Ostatních 38 % respondentů pokračovalo až otázkou č. 6.

**Ot. č. 5 - V případě, že jste víno této značky pil(a) nebo pijete, jak na Vás působí (působilo)?**

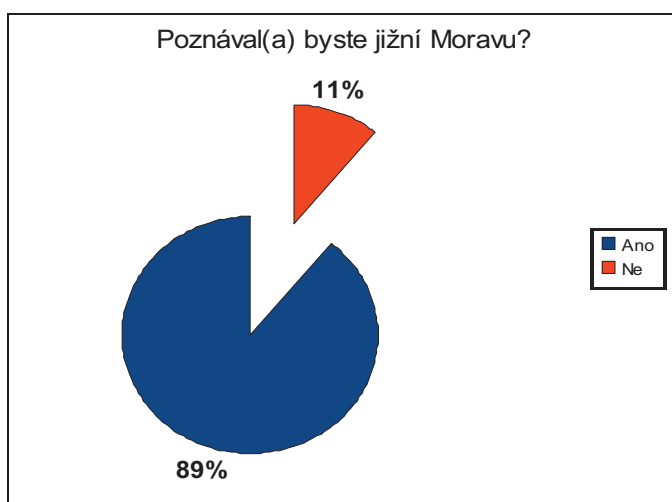


*Graf č. 5 – Obliba vín značky „Prath“*

Z celkové výběrové škály ohodnotilo víno z vinařství Zuzany Prátové jako skvělé 51%, jako dobré 32 %, jako 11 %, spíše podprůměrným jej shledalo pouze 5 % a kategorie, ve které byla možnost „nechutnalo mi“ 1% z výběrového souboru, který zde tvořili dotazovaní, kteří někdy ochutnali víno značky „Prath“.

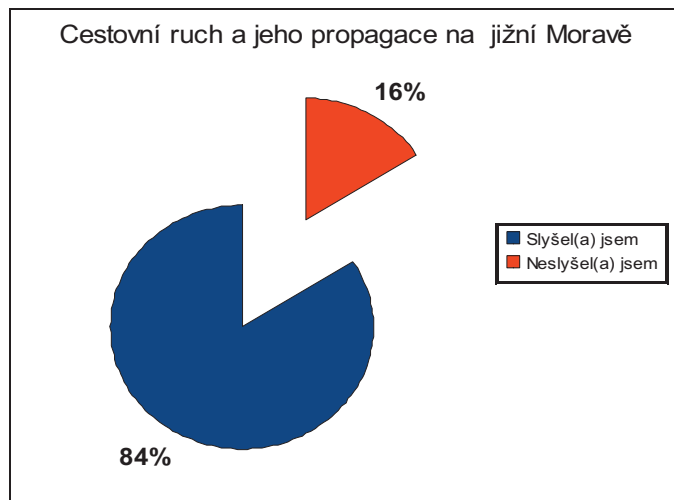
**Ot.č. 6 - Poznáváte rád(a) nebo láká Vás možnost poznávat krásy jižní Moravy?**

Na tuto otázku opět odpovídal plný počet respondentů, tedy 200. 178 z toho, tedy 89 % z nich rádo poznává krásy jižní Moravy, 11% dotazovaných neláká tato lokalita.



*Graf č. 6 – Obliba poznávání jižní Moravy*

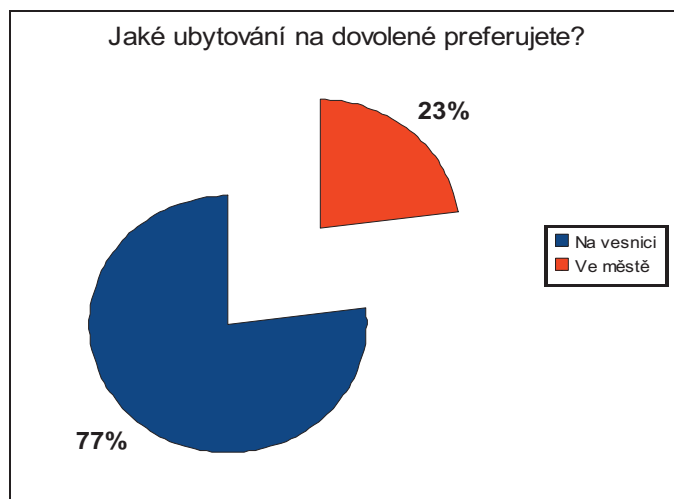
**Ot.č. 7 - Slyšeli jste již něco o rozvoji a propagaci cestovního ruchu na jižní Moravě (vinařské cyklostezky, putování po vinných sklepech, výstavy vín, folklor, památky UNESCO, jihomoravské lázně apod.)?**



*Graf č. 7 – Znalost rozvoje a propagace cestovního ruchu na jižní Moravě (v %)*

84 % dotazovaných z celkového souboru 200 respondentů slyšelo již o propagaci cestovního ruchu jižní Moravy, 16 % nikoli.

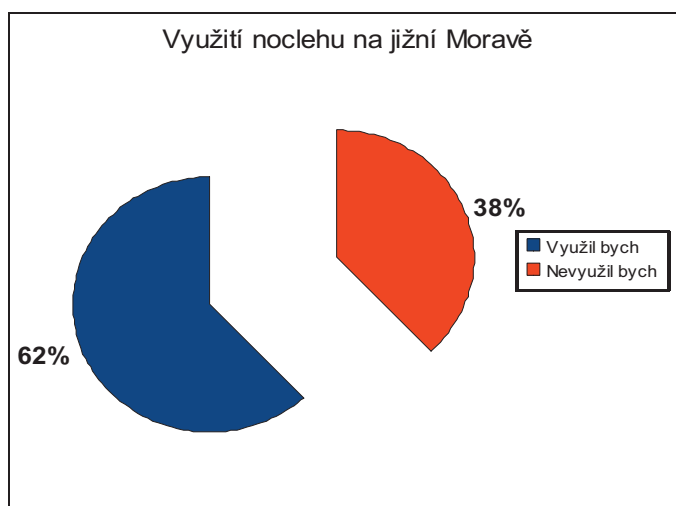
**Ot. č. 8 – Pro jaké ubytování na dovolené byste se rozhodli raději?**



*Graf č. 8 – Preference ubytování*

V případě ubytování při rekreačním pobytu preferuje klidné vesnické prostředí většina, 77 %, tedy 154 respondentů. Ubytování ve městě by raději zvolilo 23 %.

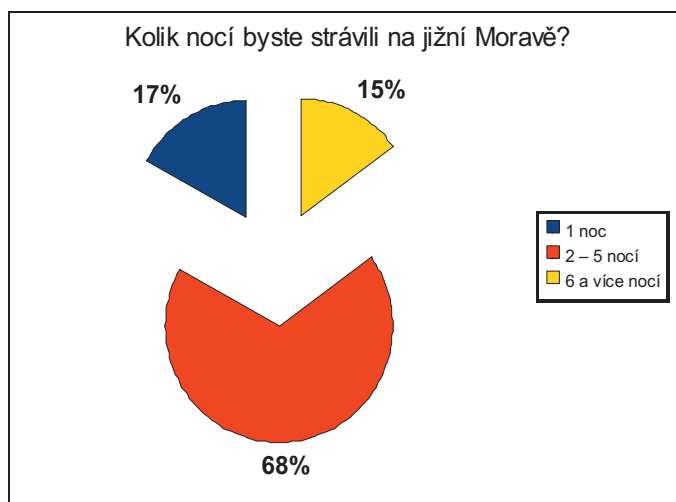
**Ot. č. 9 – Využili byste možnost noclehu při výletu na jižní Moravu?**



*Graf č. 9 – Využití noclehu na jižní Moravě*

Nocleh při výletu na jižní Moravu by využilo 62 %, tj. 124 respondentů. 38 % by zde pravděpodobně netrávilo noc. Tito zodpovídali dále až otázku č.12.

**Ot.č. 10. Kolik byste strávili na jižní Moravě pravděpodobně nocí při výletu sem?**

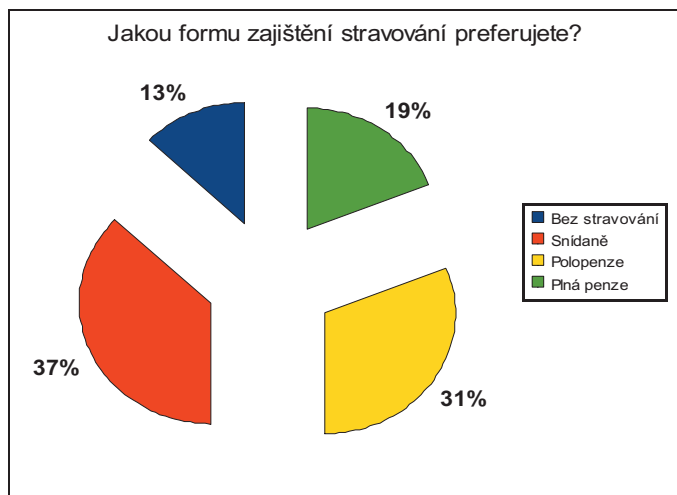


*Graf č. 10 – Pravděpodobný počet strávených nocí*

Z těch, kteří by strávili s největší pravděpodobností na jižní Moravě noc, tj. 124 dotázaných, by zde přespalo jen 1 noc 17 % těchto dotázaných (21), největší zastoupení měla kategorie 2 až 5 nocí, které by zde strávilo, tedy 68 % (84 dotazovaných na tuto

otázku) a 6 a více denní pobyt by zde strávilo 15 % z dotazovaných (19 osob), kteří by zde strávili noc.

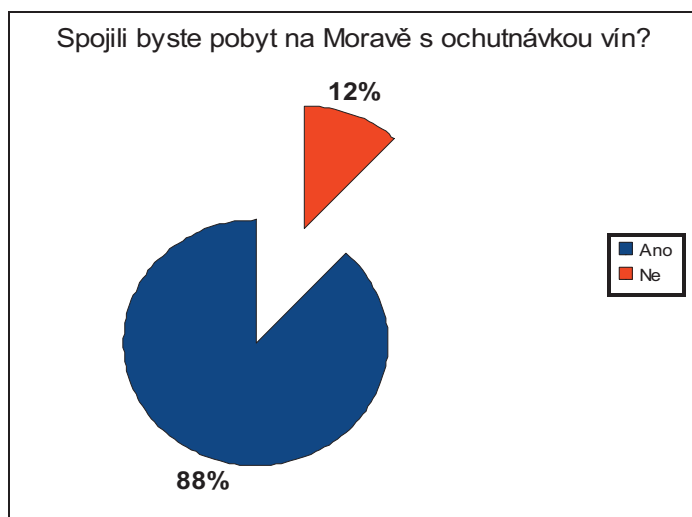
**Otázka č. 11 - Jakou formu zajištění stravování byste upřednostnil(a)?**



*Graf č. 11 – Preferovaný typ stravování*

Snídaní by využilo 37 % z celkového počtu 124 respondentů zde nocujících. Bez zajištěné stravy by se raději obešlo 13 %, polopenzi by přivítalo 31 % a zajištěnou plnou penzi při svém pobytu preferuje 19 %.

**Ot. č. 12 - Pokud byste se vypravili na jižní Moravu, byl by Váš výlet spojen s ochutnávkou či nákupem vín?**



*Graf č. 12 – Spojení výletu na jižní Moravu s nákupem vína*

Tuto závěrečnou otázku zodpovídal opět plný počet respondentů (200). Ochutnávkou vín by si zpříjemnilo pobyt 88 % dotázaných, 12 % pravděpodobně ne.

#### 7. Závěrečná zpráva a její prezentace

Z dotazníkového šetření vzešla skutečnost, že s růstem cestovního ruchu na jižní Moravě a také v důsledku jiných skutečností, mají dotazovaní zájem o přenocování na jižní Moravě. Nejčastěji by zde trávili 2 až 5 nocí při svém pobytu. Zabezpečenou snídani preferuje 37 %, v těsném závěsu by byl zájem o polopenzi.

Kladným znakem je fakt, že respondenti upřednostnili ubytování v klidném malebném prostředí, protože ubytovací zařízení se má nacházet v malé klidné vinařské obci.

Nespornou výhodou se také ukázala oblíbenost vín značky „Prath“, možnost degustace či nákupu vín a propagace vinařské turistiky.

Dotazníkové šetření potvrdilo, že o ubytovací zařízení na jižní Moravě je ze strany respondentů zájem.

## 4.5 Logo

Přesto, že je vinařská firma „Prath“ mladá rozvíjející se firma, své zákazníky si našla a dále rozšiřuje den ode dne. Logo firmy je tedy synonymem oblíbených moravských vín této značky, což potvrzují nejen prodeje, ale také provedený dotazníkový průzkum. Je tedy vhodné spojit toto logo dále s rozvojem firmy, tedy používat jej i jako logo pro ubytovací služby. Dobré jméno firmy patří mezi nejlepší reklamu, stejně tak, jako povědomé či známé logo s kladnou pověstí firmy. Je zde však také riziko spojené s neúspěchem jednoho odvětví, ať už vinařství či ubytovacích služeb, které jde ruku v ruce s druhým.



*Obr. č. 1 – Logo firmy „Prath“, Vinařství Zuzana Prátová*

## **4.6 Vnější okolí firmy**

### **4.6.1 SLEPT analýza**

Při hodnocení jednotlivých faktorů je potřeba vycházet ze skutečnosti, že některé z nich působí na celonárodní úrovni, možná i na úrovni nadnárodní, mnohé na úrovni regionální či místní.

Analýza SLEPT je zpracována pro faktory obecného okolí a tím je okolí sociální, právní, ekonomické, politické a technologické.

Analýzu této firmy jsem zaměřila především na obec Josefov, v širším pojetí na vinařskou oblast Podluží, či regionu Slovácko, ve které se obec nachází. Poloha tohoto regionu usnadňuje svými fyzicko i ekonomicko-geografickými podmínkami příhraniční styk s Rakouskem, styk mezi českými kraji a Slovenskem a otevírá tak tomuto území slibnou perspektivu do budoucna.

#### **S – Sociální (společenské) faktory**

Ubytovací zařízení se bude nacházet v malé obci Josefov na Hodonínsku. Hranice se Slovenskou republikou jsou asi 12 km na východ od Josefova a s Rakouskem asi 20 km na jihozápad. Oblast Podluží patří mezi oblasti s vysoce rozvinutým a rostoucím turistickým ruchem. V této oblasti bohaté na kulturu (tradice, folklor), vinařství, krásy přírody, památky, vinařské cyklostezky a odpočinek si zajisté turisté přijdou na své.

Počet obyvatel Podluží je cca 25 400. Katastrální plocha regionu má výměru cca 23 008 ha. Věková struktura populace v Podluží signalizuje snižující se podíl osob mladších 15-ti let a přibývá osob starších 59-ti let.

„Počet obyvatel obce k 1.1.2008 je 393 z toho 185 žen. Počet přistěhovalých v tomto roce je 18, počet vystěhovalých 6. Počet obyvatel k 23.12.2008 je 406 z toho 189 žen.“  
(20) Jedná o malou vesničku, kde se udržují všechny obyčeje a tradice.

#### **L – Legislativa**

Jde o faktory, které souvisí s výkonem politické moci, s politickou situací, legislativou, stavem právního vědomí.

„Právní minimum stejné jako u jiného typu podnikání:

- Obchodní zákoník
- Občanský zákoník
- Živnostenský zákon
- Zákon o dani z příjmů, Zákon o dani z přidané hodnoty, Zákon o dani silniční
- Zákon o dani z nemovitosti
- Zákon o místních poplatcích
- Zákon o správních poplatcích
- Zákon o soudních poplatcích
- Zákoník práce
- Zákon o pojistném na všeobecném zdravotním pojištění, Zákon o pojištění na sociálním zabezpečení a příspěvku na politiku zaměstnanosti“ (38)
- Vyhláška č. 137/1998 Sb
- Stavební zákon
- Zákona č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon)
- Zákon č. 133/1985 Sb. (Zákon o požární ochraně)
- Vyhláška o požární prevenci (246/2001 Sb.)

## **E – Ekonomické faktory**

Na území tohoto regionu, i v katastrálním území spadajícím do katastru obce Josefov, jsou významné podzemní naleziště nafty, zemního plynu a v neposlední řadě také léčivých pramenů jodobromových vod, které čerpají nedaleké Jihomoravské lázně (Hodonín, Lednice).

Dříve se u nedaleké Moravské Nové Vsi a u Mikulčic těžily suroviny pro výrobu cihel a v Moravské Nové Vsi se nacházely také naleziště terasovité šterko-písky. Velmi významná je v tomto regionu také těžba lignitu. Region disponuje také důležitými zásobami pitné a užitkové vody.

Hospodářským synonymem pro tuto oblast se však stává převážně zemědělství, nejvíce pěstování a zpracovávání vinné révy, ovoce, zeleniny, řepky, kukuřice a obilí.

V okolních okresních městech, kterými jsou Hodonín a Břeclav, došlo k zániku velkých podniků, což mělo za následek masové propouštění zaměstnanců v regionu. Kvůli stále rostoucí nezaměstnanosti, v současné době především z důvodů celosvětové

ekonomické krize, dochází k významné podpoře malých a středních podnikatelských subjektů, kteří poté utvářejí nová pracovní místa.

V současné době se velmi rozmáhá cestovní ruch, především díky podpoře ze Strukturálních fondů EU (především vinařské cykloturistiky, podpora malých vesnic).

#### **P – Politicko-právní faktory**

V obci Josefov v posledních konaných komunálních volbách v roce 2006 zvítězila strana KDU-ČSL, která má svou drtivou převahu hlasů též v regionu Podluží. Na druhém místě se umístila ODS. Třetí místo pak patří KSČM.

#### **T – Technické (technicko-technologické) faktory**

Region Podluží má dobré dopravní napojení na dálniční komunikace vedoucí do hlavního města Prahy a hlavních měst zde sousedících států - Bratislavy a budující se dálnice do Vídně. Zásadní význam v dopravní obslužnosti regionu má mezinárodní železniční uzel Břeclav. Region se tak stává snadno dosažitelný z celé Evropy.

I když průmyslová výroba nemá v Podluží příliš hluboké kořeny, patří v současné době mezi priority regionu postupná revitalizace nevyužitých zemědělských a průmyslových areálů a podpora vzniku nových podnikatelských příležitostí.

Rozvoj regionu je však svázán také s rozvojem služeb a aktivit spojených s cestovním ruchem.

### **4.6.2 Porterova analýza**

Porterova analýza je založena na strategii v uvedení podniku do vztahu k jeho prostředí v odvětví, v našem případě se jedná o odvětví poskytování ubytovacích služeb. Cílem této analýzy je nalézt v odvětví takové postavení, kdy může podnik nejlépe čelit konkurenčním silám popřípadě působení konkurence obrátit ve svůj prospěch.

Úroveň konkurence v odvětví závisí na pěti základních silách (zde uvedeno šest), jejichž souhrnné působení určuje intenzitu odvětvové konkurence a potenciál konečného zisku v odvětví.

## **Hrozba vstupů nových konkurentů do odvětví**

Hrozba vstupu nových firem do této oblasti je vysoká, avšak vstupu překáží vysoké investiční náklady v případě vybudování nebo modernizace staveb.

7 hlavních zdrojů překážek vstupu do odvětví (obecně):

- Úspory z rozsahu - V případě tohoto podnikatelského záměru je cena za pokoj za noc závislá na sezónnosti a také na počtu osob.
- Diferenciace produktu – znamená, že zavedené firmy mají své značky a věrnost zákazníků vyplývající z minulé reklamy, servisu zákazníkům apod. Diferenciace vytváří překážku vstupu, neboť nutí nově vstupující firmy k vysokým výdajům na překonání existující loajality zákazníků. Pozitivem je předchozí zavedení vinařské firmy, její dobré jméno a zveřejňované logo.
- Kapitálová náročnost - nutnost investovat velké finanční částky jako podmínka konkurenceschopnosti vytváří vstupní překážku. V tomto případě částku 7 703 000 Kč na výstavbu.
- Přístup k distribučním kanálům
- Nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu – zavedené firmy mohou mít takové zvýhodnění v nákladech, jehož nemohou dosáhnout potenciální nově vstupující firmy, nehledě na jejich velikost a dosažené úspory v rozsahu. V našem případě vlastnictví velkého pozemku pro stavbu ubytovacích služeb, výhodná lokalita, rozvoj a podporu vinařského cestovního ruchu aj.
- Vládní politika (např. ekologické normy, bezpečnostní předpisy) (29)

Vstup nových konkurentů do odvětví ubytovacích služeb znamená pro tuto firmu obtížnější udržování svého podílu na trhu.

## **Hrozba substitutů**

Substitutem je myšleno poskytování stejných či podobných služeb, tedy noclehu, prostřednictvím jiných poskytovatelů např. kempy, ubytování v domácnosti apod. Rozhodujícím faktorem bývá většinou dostupnost, cena, dobré jméno a kvalita.

## **Vyjednávací síla zákazníka**

Vyjednávací síla našeho zákazníka je silná, když se jedná o velmi významného zákazníka či pokud je v daném odvětví velká konkurence.

Zákazníci tlačí ceny dolů, usilují o dosažení vyšší kvality či lepších služeb a staví existující konkurenty navzájem proti sobě na úkor ziskovosti odvětví. Je důležité, aby reference našeho zákazníka byly co nejlepší, proto se musíme zákazníkovi co nejvíce věnovat a učinit jeho pobyt zde co nejpříjemnějším. Za tímto účelem bude k dispozici na recepci kniha přání a stížností, která může být v tomto směru velmi pomocným materiálem.

Zákazníci ubytovacích služeb této firmy budou pravděpodobně především tyto segmenty trhu:

- obchodní partneři firmy „Prath“ Vinařství Zuzana Prátová
- rodinní příslušníci těchto obchodních partnerů, kamarádi, známí...
- návštěva u jiných vinařů či domácnostech v obci či okolních obcích
- zájemci o vinné produkty
- zahraniční klientela
- zájemci o poznání jižní Moravy (tradic, kultury, přírody...)
- osoby na doporučení
- náhodní turisté

### **Vyjednávací síla dodavatelů**

Stejně jako v případě odběratelů může firma zlepšit své postavení pomocí kvalitní strategie. Tak jako každý jiný podnik, je i tato podnikatelská činnost na svých dodavatelích závislá, ať už se jedná o dodavatele podílející se na vybudování ubytovacího zařízení, tak v další provozní fázi dodavatelé zajišťující plynulý a bezproblémový chod této ubytovací činnosti. Proto je dodavatele důležité vybírat obezřetně, největší roli hraje cena za jejich služby či výrobky, dostupnost, doporučení a jejich monopolní postavení.

### **Intenzita soupeření mezi stávajícími konkurenty**

Intenzita soupeření již existujících firem poskytujících ubytovací služby může nabývat na síle především teď v období finanční krize.

Konkrétními konkurenty pro ubytovací služby „Prath“ v nejbližším okolí jsou např.:  
Dolní Bojanovice – Penzion Václav, Hlavní 406, Prušánky – Penzion Nechorka, Vinné sklepy Nechory, Mikulčice – Penzion U Kostela Mikulčice, Mikulčice 236, Moravská Nová Ves - Penzion 42, Mutěnice – Penzion San Marco, Pod Búdama, Brněnská, Hodonín - Hotel Krystal, Pančava 49, Hodonín - Hotel Panon, Koupelní 4, Hodonín - Hotel Grand, Wilsonova 6, Břeclav - Hotel Terežka Břeclav, J.Palacha 22, Břeclav - Pension U Michlů, J. Fučíka 109, Břeclav - Zámecký penzion Rotunda, Zámecké náměstí 14, Lanžhot - Hotel Lanžhot, Nádražní 796

### **Vliv vlády v odvětvové konkurenci**

Vláda může ovlivňovat vstupní a výstupní překážky, ovlivňuje téměř všechny aspekty struktury odvětví. Jedná se např. o různé normy, vyhlášky, předpisy, stanovy apod.

## **4.7 Vnitřní prostředí firmy**

### **4.7.1 Analýza 3C**

#### **Zákazníci**

Ne nadarmo se říká, náš zákazník náš pán. Nutností je provádět průběžný průzkum trhu. Jaká je poptávka, co zákazníci zajímá, nezajímá, jaká jsou jejich očekávání, jaké služby poskytovat, zda je cena přijatelná apod.

Zákazníky budou převážně tržní segmenty – viz. 4.6.2. Porterova analýza - Vyjednávací síla zákazníka

#### **Dodavatelé**

Dodavatelé ubytovacích služeb jsou z počátku všichni naši obchodní partneři, tj. stavební firma, firma u níž nakupujeme stavební materiál, zařízení a vybavení, instituce, u nichž platíme poplatky apod. Ve fázi samotné podnikatelské činnosti budou dodavatelé poskytovatelé vody, plynu, elektřiny, dále obchody s potravinami, čistícími prostředky aj. položkami nutnými pro běžný provoz.

## **Konkurence**

Na konkurenci je důležité se zaměřit převážně. Je žádoucí provádět stejně jako u zákazníků průběžný monitoring konkurenčních firem v okolí a případně poté zavést opatření proti ní, např. zvýšit propagaci, zavést akce („víkendové pobytové balíčky“, láhev vína k pobytu zdarma apod.).

Příklad vybraných konkurentů – viz Porterova analýza, Intenzita soupeření mezi stávajícími konkurenty.

### **4.7.2 Marketingový mix**

Marketingovému mixu se v základním pojetí někdy také přezdívá „4P“, přičemž tyto P představují produkt, cenu, propagaci a distribuci. Cílem firmy je pochopení přání zákazníka. Na základě této skutečnosti pak připraví správnou kombinaci marketingového mixu.

#### **Produkt**

Jedná se o ubytovací služby v 5-ti pokojích po dvou. Celková ubytovací kapacita je tedy 10 osob. Ze stravovacích služeb si mohou zákazníci objednat pouze snídaně po domluvě za příplatek. U ubytovacího zařízení bude připraveno pro vozidla zákazníků parkoviště s jedním vyčleněným místem pro parkování zdravotně postižených a garáž pro úschovu kol provozovaná zdarma. Sportovci si mohou zapůjčit sportovní vybavení. Pokud si zákazník přiveze vlastní kolo, je připravena jeho bezplatná úschova v garáži. Dále budou k zapůjčení tenisové rakety a míčky, volejbalové, fotbalové a basketbalové míče. Ubytování v případě zájmu ze strany klienta může být příjemněno a doplněno ukázkou vinařství majitelky a případně také degustací.

#### **Cena**

Rozhodování o cenách je jedním z nejsložitějších úkolů stojících před podnikatelem. Existuje vztah, že cena produktu (výrobku či služby) = náklady + marže. Cena musí nejen krýt náklady provozovatele a marží přispívat na tvorbu jeho zisku z podnikání, ale být také přijatelná pro zákazníka a odpovídat poskytované službě. Cenu jsem stanovila částkou za pokoj za noc a rozdělila dle osob trávících zde noc, po předešlém průzkumu

trhu a s přihlédnutím k výše zmíněnému. Taktéž cenu degustace, která bude obsahovat 20 vzorků vín z vinařství „Prath“ a malé občerstvení.

<b>Hlavní sezóna– od 1.dubna do 31.října</b>	
<b>Obsazenost lůžek</b>	<b>Cena za pokoj bez snídaně v Kč</b>
Dvě lůžka v pokoji	800 Kč
Jedno lůžko v pokoji	500 Kč

*Tab.č. 2 –Ceník v hlavní sezóně (zdroj: vlastní tvorba)*

<b>Vedlejší sezóna– od 1.listopadu do 31.března</b>	
<b>Obsazenost lůžek</b>	<b>Cena za pokoj bez snídaně v Kč</b>
Dvě lůžka v pokoji	700 Kč
Jedno lůžko v pokoji	500 Kč

*Tab.č. 3 – Ceník ve vedlejší sezóně (zdroj: vlastní tvorba)*

<b>Ceník zapůjčení sportovního vybavení a poplatků</b>	
<b>Druh sportovního vybavení</b>	<b>Cena zapůjčení v Kč</b>
Cyklistické kolo	250 Kč /den
Tenisová raketa včetně míčků	50 Kč / hodina a 50 Kč na hodinu za kurt
Fotbalový míč	50 Kč / hodina
Basketbalový míč	50 Kč / hodina a 50 Kč na hodinu za kurt
Volejbalový míč	50 Kč /hodina a 50 Kč na hodinu za kurt
Úschova vlastních kol	zdarma

*Tab.č. 4 – Ceník zapůjčení sportovního vybavení (zdroj: vlastní tvorba)*

Poplatek 50 Kč za kurt nenáleží do příjmů majitelky ubytovacího zařízení, protože kurt je vlastnictvím obce Josefov.

<b>Ostatní poplatky</b>	
Snídaně	60 Kč / os.
Domácí zvíře	100 Kč / noc
Degustace včetně občerstvení	500 Kč / os.
Parkování	zdarma

*Tab.č. 5 – Ostatní poplatky (zdroj: vlastní tvorba)*

Příjmy z degustace pro jednu osobu budou rozděleny v tomto poměru: 200 Kč případně na úhradu nákladů (vín) a tvorbu příjmů ve vinařské činnosti a zbylých 300 Kč na úhradu nákladů (občerstvení) a tvorbu příjmů v ubytovací činnosti.

### **Propagace**

Propagace firmy bude jednak prostřednictvím internetových stránek, jednak prostřednictvím různých brožur pro turisty, letáčích, cedulí u hlavní cesty a také na etiketě lahve každého vína z majitelčiny produkce i jejich vinařských a jiných vizitkách. V některých případech lze použít také regionální rádio např. jako pozvánka na různé akce.

### **Distribuce**

Logistický řetězec poskytované ubytovací služby je jednoduchý přímý a sice:

Poskytovatel ubytovací služby -> zákazník ubytovací služby.

Rozšířený logistický řetězec lze chápat takto:

Dodavatel -> poskytovatel ubytovací služby -> zákazník ubytovací služby

### **4.7.3 Swot analýza**

Analýza SWOT je výsledkem předchozích dvou analýz (vnitřních a vnějších) a zároveň slouží jako východisko pro budoucí plánování. Obsahuje silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky, příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats).

Na základě SWOT analýzy najdeme odpověď na otázky jako například:

- Kde a jaké jsou silné stránky podniku, které lze ještě dále rozvíjet?

- Které slabé stránky byly zjištěny a je třeba je eliminovat?
- Nabízejí se zvláštní příležitosti, které lze využít?
- Jaké hrozby byly rozpoznány a lze se jim vyhnout?

### **Silné stránky (Strengths)**

- Široká nabídka služeb zákazníkům.
- Zkušenost majitelky s vedením firmy (již 6 let podniká), a nemá žádné závazky a kladný hospodářský výsledek.
- Schopnost sama si vést daňovou evidenci.
- Výborné umístění ubytovací jednotky nedaleko slovenských a rakouských hranic, v blízkosti Jihomoravských lázní (Hodonín, Lednice) aj.
- Snadná dostupnost po silniční komunikaci.
- Příjemné prostředí, krásný výhled do malebné krajiny.
- Příjemný, ochotný personál.
- Pochopení pro individuální aktivity turistů.
- Nová pracovní místa.
- Dobré jméno firmy spojeno s prodejem vlastních vín.
- Značka firmy (logo).
- Obec Josefov vede vinařská cyklostezka.
- Přizpůsobivost pracovní síly.
- Cestovní ruch v okolí.
- Podpora cestovního ruchu.
- Ochota se neustále vzdělávat.
- Dodržování zvyků a tradic v obci a okolí.
- Slavnosti a svátky spojené s vínem.
- Schopnost majitelky domluvit se anglicky a německy.
- Možnost exkurze a posezení ve vinném sklípku spojené s ochutnávkou vín.
- Vyhovuje dotačnímu programu Opatření III., 1.3.Podpora cestovního ruchu.

### **Slabé stránky (Weaknesses)**

- Vyšší konkurence.
- Vysoké vstupní náklady.

- Časová náročnost předinvestiční, investiční i realizační fáze projektu.
- Silný tlak průmyslu a nových technologií.
- Přísné normy pro provozování ubytovacích zařízení.
- Pravděpodobný pokles obsazení mimo hlavní sezónu.
- Omezený rozsah zkušeností a znalostí s provozem ubytovací jednotky.
- Nedostatečná kapitálová vybavenost.
- Neustálé nálady na opravy a udržování.
- Malá obec.
- Chybějící železniční dostupnost do obce.

### **Příležitosti (Opportunities)**

- Další doplňkové služby (např. vyjížděky na koních).
- Dobrá pověst => doporučení zákazníků.
- Kvalitní poutavá propagace.
- Používání nových marketingových taktik.
- Získání dotace.
- Rostoucí cestovní ruch v okolí.
- Organizování různých akcí – lákání zákazníka (folklorní akce, vinařské akce a jiné obyčejje)
- „Vinohradní“ strom oskeruše – „Josefovská oskeruše“ (2. místo v ČR v r. 2008)
- Možnost nákupu vína přímo u majitelky.
- Možnost pořádat různé firemní akce (sál lze pronajmout).
- Dotační programy - Podpora malých podniků, rozvoj cestovního ruchu
- Zpracování žádosti o dotaci externí firmou – outsourcing.

### **Hrozby (Threats)**

- Konkurence v okolí.
- V případě nespokojeného zákazníka šíření špatného jména firmy.
- V důsledku např. sezónnosti nedostatečné využití kapacity penzionu.
- Neschopnost splácet úvěr.
- Zvýšení úrokové míry v důsledku špatné situace v ekonomice jako celku.
- Neposkytnutí dotace.

#### **4.7.4 Koncept 7S**

Principem této analýzy je identifikovat faktory, které se podílejí na úspěchu firmy. Patří sem: strategie firmy, struktura firmy, informační systém, styl řízení, spolupracovníci, sdílené hodnoty, schopnosti.

##### **Strategie firmy**

Podnikatelčiným základním cílem je mít nejvíce obsazenou ubytovací kapacitu a spokojené zákazníky, kteří se sem rádi vrací. Od tohoto podnikatelského motta, který má přirozeně podtext v dosahování co nejvyššího zisku, se odvíjí samozřejmě také šíření dobrého jména, doporučování tohoto ubytování dalším lidem apod.

##### **Struktura firmy**

Vzhledem k tomu, že se jedná o podnikající fyzickou osobu, která bude zaměstnávat pouze jednoho zaměstnance, a i daňovou evidenci si povede sama, nebude organizační struktura této firmy nijak obsáhlá. Odpovědnou osobou za řízení firmy je sama majitelka. Vztahy nadřízenosti a podřízenosti jsou tedy zcela patrné. Odměna zaměstnance bude stanovena formou časové mzdy. Sama podnikatelka si v počátečních fázích provozu nebude dávat žádné odměny. Příjmy jí plynou z jiné výdělečné činnosti (vinařství).

##### **Informační systém**

Firma bude se zákazníky provázána prostřednictvím internetových stránek, kde se zájemce o její služby dozví všechny potřebné informace popř. se zkontaktuje přímo s majitelkou nebo recepční. Jako možnost se zde jeví si prostřednictvím těchto stránek rezervovat či objednat pokoj pro požadovaný počet osob.

##### **Styl řízení**

Každý je odpovědný za svou vykonanou práci. Každý plní své úkoly a povinnosti co nejlépe, tak, aby bylo dosaženo podnikového cíle jako celku.

### **Spolupracovníci**

Podnikatelka bude zaměstnávat jen jednu osobu na práce spojené s výkonem práce recepční, organizovat různé akce, přijímat objednávky a rezervace, uklízet, chystat snídaně apod. Za svou práci také odpovídá.

### **Sdílené hodnoty (kultura firmy)**

Primárním cílem firmy je mít spokojené zákazníky, poskytovat jim služby podle jejich představ, snažit se jim nabízet více než konkurence, mít k nim milý přístup, být s to jim kdykoli poradit apod. Činnosti osob starajících se o jejich pohodlí musí směřovat k tomuto cíli – pečovat o zákazníky.

### **Schopnosti**

Na zaměstnance jsou kladeny určitá kritéria, která musí splňovat. Samotná podnikatelka musí splňovat také určitá kritéria a především být profesionálem. Musí neustále sledovat své podnikatelské prostředí, stav podniku, jeho dobrou pověst, požadavky zákazníků, ale především disponovat určitými vlastnostmi jako je odolnost vůči stresu, být komunikativní, mít organizační schopnosti, orientovat se v problematice, být schopná rychle reagovat a řešit nenadálé situace, schopnost přizpůsobovat se apod. Některé z těchto vlastností také očekává od svého personálu.

## **4.8 Odpovědnosti a povinnosti**

Každý odpovídá za svou přidělenou práci a má následující povinnosti:

### **Mezi činnostmi majitelky se řadí:**

řídící činnost, marketingová činnost, obchodní činnost, plánování a kontrola, vedení daňové evidence a finanční činnost

### **Mezi činnostmi recepční patří:**

hmotná odpovědnost, ubytovací činnost, činnost průvodce, půjčování sportovního vybavení, úklidová činnost, drobná údržbářská činnost (zajištění opravy, sekání trávy,

odhrnování sněhu, dekorace), příprava a obstarání snídaní a pomocná organizační činnost

Recepční bude zaměstnán(a) na plný pracovní poměr. Podnikatelka s ní sepíše pracovní smlouvu. Tato osoba musí vlastnit potravinářský průkaz, mít příjemné vystupování, příjemný vzhled, být flexibilní, schopná práce s internetem, umět alespoň základy německého nebo anglického jazyka, být organizačně činná a manuálně zručná.

Zaměstnance je nutno registrovat k zákonnému pojištění za škodu při pracovním úrazu či nemoci z povolání. Tuto povinnost mají všichni podnikatelé zaměstnávající minimálně jednoho pracovníka. Dále pak jej registrovat u FÚ v Hodoníně k dani z příjmu ze závislé činnosti a z funkčních požitků a nejpozději do 15 dnů od vzniku povinnosti srážet daň či zálohy na ni nebo daň vybírat. Podnikatelka musí dále vést k zaměstnanci mzdový list. Podnikatelka bude dále platit za svého zaměstnance pojistné, proto musí ohlásit příslušné zdravotní pojišťovně nástup zaměstnance do zaměstnání. Nutná je také registrace do 8 dnů od přijetí zaměstnance k pojištění a informovat o všech změnách správu sociálního zabezpečení a odvádět sociální pojištění. Podnikatelka musí vést i evidenci zaměstnance, která obsahuje osobní údaje zaměstnance, pracovní smlouvu, údaje vztahující se k práci a chování zaměstnance, příjmy a požitky, pracovní dobu.

# 5 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ, PŘÍNOS NÁVRHŮ ŘEŠENÍ

## 5.1 Finanční plán

Předpokladem finančního plánu je co možná nejrealističtější vystihnoutí budoucího vývoje firmy, protože je základem pro hodnocení celého podnikatelského záměru.

Pomocí předpokládaných propočtů v tomto plánu se podnikatelka rozhodne zda se do podnikání v tomto oboru ubytovacích služeb má smysl pustit či nikoli.

Podnikatelka bude žádat Státní zemědělský intervenční fond (SZIF) v rámci programu Rozvoje venkova, Osy III., 1.3. Podpora cestovního ruchu, který tento Fond poskytuje ze zdrojů EU. Dotace bude proplacena zpětně.

Pro tento dotační program je potřeba nasbírat co nejvíce bodů za bodovaná kritéria.

**Bodová kritéria dotačního programu – viz. Příloha 10**

Konzultačních firem a poradců ohledně dotací, kteří pomohou či sami zpracují žádost o příslušnou dotaci je celá řada. Jejich kompletní výčet však nikde k dispozici není. Při hledání kvalitních zpracovatelů se vyplatí dbát na reference již realizovaných úspěšných projektů ohledně evropských dotací.

Mně byla doporučena firma RENARDS, s.r.o. se sídlem v Brně, která se zabývá dotačním poradenstvím a zpracováním žádostí. Dobré jméno této firmy a ukázkou faktu, že se jedná o profesionály v oboru svědčí také některé její významné zakázky z minulosti, např. letiště Brno-Tuřany, Fakultní nemocnice Brno, ředitelství silnic a dálnic, Národní divadlo Brno aj.

Rozpočet na ubytovací zařízení celkem: budovy s garáží, parkovištěm, přístupové cesty a vnitřního vybavení činí 7 703 043 Kč. Rozpočet budovy s garáží, parkovištěm a přístupové cesty byl zpracován externím článkem a oceněn dle ceníku firmy RTS I.Q 2009 v programu BUILD POWER – viz. Příloha 1, 2

## Zakladatelský rozpočet (balance)

Předpokládaný rozpočet majetku a zdrojů jeho krytí ke dni zahájení jeho podnikatelské činnosti. Aktiva se vždy rovnají pasivum.

Rozvaha (Balance Sheet) ke dni XXX

Aktiva (Assets)		Pasiva (Liabilities)	
<b>Stálá aktiva</b>	<b>7 703 000 Kč</b>	<b>Vlastní zdroje</b>	<b>2 311 000 Kč</b>
Parkoviště (DHM)	226 013 Kč	Vlastní kapitál	2 311 000 Kč
Budova (DHM)	6 897 400 Kč	<b>Cizí zdroje</b>	<b>5 392 000 Kč</b>
Dlouhod.hmotný majetek (DHM)	579 630 Kč	Dlouhodobý bankovní úvěr	5 392 000 Kč
<b>Oběžná aktiva</b>	<b>0</b>	-	-
<b>Aktiva celkem</b>	<b>7 703 000 Kč</b>	<b>Pasiva celkem</b>	<b>7 703 000 Kč</b>

*Tab.č. 6 – Předpokládaný zakladatelský rozpočet (zdroj: vlastní tvorba)*

**Podrobný rozpis položek tohoto rozpočtu** – viz. Příloha 1 a 2

Poměr vlastního ku cizímu kapitálu je 30% : 70 %.

### 5.1.1 Nabídky hypotečních úvěrů

Žadatelka disponuje volnými finančními prostředky ve výši 2 311 000 Kč, jež lze použít na financování jejích počátečních investic, a které naspořila v průběhu svých vinařských podnikatelských aktivit z čistého zisku již s tímto záměrem. Bude tedy žádat úvěr ve výši 5 392 000 Kč.

Zjišťovala jsem možnosti získání dlouhodobého hypotečního úvěru na výstavbu nemovitosti u několika bankovních ústavů působících na našem trhu.

#### 1) Komerční banka

Nejprve jsem navštívila Komerční banku, kde jsem si předem sjednala schůzku. Zde ochotně vyslechli mou situaci a poskytli mi orientační nabídku tohoto hypotéčního úvěru v závislostech na možnostech žadatelky.

Nespornou výhodou je také fakt, že žadatelka má u Komerční banky od roku 2003 zřízen svůj podnikatelský účet, na což banka při poskytování úvěru lépe slyší, protože tak lépe vidí do klientovi podnikatelské historie a může si sama udělat obrázek o jeho bonitě.

Po osobní návštěvě a konzultaci s odborníkem přímo v Komerční bance mi byl doporučen hypoteční úvěr na výstavbu nemovitosti dodavatelským způsobem, v požadované výši 5 392 043 Kč a s předpokládanou výší zajištění 6 344 000 Kč. Doporučeno mi bylo vystavět budovu z volných finančních prostředků ve výši 2 311 000 Kč, kterou ručit při tomto úvěru. Za vedení úvěrového účtu si banka účtuje částku 150 Kč měsíčně.

**Podrobný přehled nabídky tohoto úvěru – viz. Příloha 11**

**Struktura dokladů požadovaných k žádosti o úvěr – viz Příloha 12**

## **2) Raiffeisen Bank**

V pořadí druhou bankou, kde jsem byla zjišťovat možnosti získání úvěru byla rakouská Raiffeisen Bank. Zde mi bylo sděleno, že této bance se v souvislosti s celosvětovou ekonomickou krizí zpřísnily úvěrové podmínky natolik, že na účely mého podnikatelského záměru by mi neposkytla v současné době žádný podnikatelský hypoteční úvěr. Banka se v současné době více zaměřuje na poskytování úvěrů fyzickým osobám, než na podnikatelské úvěry.

Podmínkou k poskytnutí tohoto úvěru by byla pouze situace, že žadatelka žádá o úvěr na rozšiřování již existující podnikatelské činnosti a její tržby z daňového přiznání se pohybují minimálně ve výši 2 mil. Kč. Protože však žadatelka, pro niž tento projekt zpracovávám podniká v jiném oboru a limit v daňovém přiznání zdaleka nespĺňuje, byla má žádost již v zárodku odmítnuta.

## **3) Česká spořitelna**

Tato banka se pyšní mottem „Nejdůvěryhodnější banka roku 2007“ a „Banka roku 2006“. Vstupovala jsem zde tedy s pocitem, že jdu do ceněného bankovního ústavu.

Po předem dohodnuté schůzce s bankovním poradcem a po seznámení tohoto poradce s mým podnikatelským záměrem mi ochotně vypracoval orientační nabídku dlouhodobého hypotečního úvěru na dobu splácení 15 let, přičemž by podnikatelka

ručila vystavovanou nemovitostí v současné ceně až do konečné výše, jejíž nominální hodnota byla vypočtena na částku 6 740 000 Kč. A dalším jištěním by byla směnka s avalem. Byli mi nabídnuty různé doby fixace úvěru a s tím související výše anuitní splátky (jistina i úrok v jedné částce). Pro první rok by při pevné úrokové sazbě činila úroková míra 7,11% p.a. Postupně by se s délkou let zvyšovala. Pro přesné vypracování by bylo potřeba předložit veškeré podklady a poté by mi byl vypracován podrobný splátkový kalendář. Za vedení tohoto účtu banka odečítá 400 Kč měsíčně z klientovi peněženky. Přístup této banky na mě zapůsobil velmi kladně. Jsou zde však zjevné nepřiměřené výdaje za poplatky oproti Komerční bance.

**Podrobný přehled nabídky tohoto úvěru – viz. Příloha 15**

### **Shrnutí**

V současné době všechny bankovní ústavy zpřísnily podmínky pro získání úvěru v důsledku finanční a ekonomické krize. Česká národní banka nastavila bankám základní úrokovou sazbu, od níž odvozuji své sazby ostatní banky. Je spekulativní rozhodnout se jako žadatel o úvěr v otázkách fixace úrokové sazby, kam se bude v budoucnu tato sazba ubírat. Mezi návštěvou Komerční banky a České spořitelny uběhl týden a mezitím poklesly úrokové sazby, proto je nabídka úrokové sazby u České spořitelny nižší.

Vybrat vhodný úvěrový produkt je složitou záležitostí. Z internetových stránek bankovních ústavů si lze jednoduše vypočítat úvěry pro fyzické osoby, nikoli však pro fyzické osoby – podnikatele, kteří si zvažují vzít úvěr pro své podnikatelské aktivity. Běžný uživatel a zájemce o úvěr není schopen přesně z dostupných informací stanovit, který úvěr je pro něj nejvýhodnější, proto je nucen zajít do banky osobně. Každý podnikatelský úvěr se stanovuje každému klientovi individuálně, tzv. „na míru“, po předložení podnikatelského záměru, zhodnocení jeho bonity, daňového přiznání za minimálně dva poslední roky podnikání a ostatních důležitých podmínek. V některých bankách tento bankovní poradce nemá pevnou pracovní dobu a dojíždí pouze příležitostně, proto je vhodné si předem sjednat schůzku.

Výhodou pro získání úvěru je podnikatelský účet vedený u příslušného ústavu, kde žádáme o úvěr, protože banka lépe vidí do klientovi historie i současné finanční situace a stává se tak pro ni klient důvěryhodnějším.

## 5.1.2 Odhad příjmů

### 1) Příjmy z ubytovacích služeb

Příjmy z ubytování	Částka Kč/rok
Příjmy v hlavní sezóně (duben až říjen)	841 300 Kč
Příjmy ve vedlejší sezóně (listopad až březen)	206 500 Kč
Celkem za ubytovací činnost	1 047 800 Kč

*Tab.č. 7 – Předpokl.provozní příjmy za ubytovací činnost za rok (zdroj: vlastní tvorba)*

### Podrobný přehled předpokl. příjmů z ubytovací činnosti za rok – viz Příloha 3

2) V případě ubytování domácího mazlíčka se platí fixní poplatek 100 Kč/zvíře/noc. V rozpočtu nepočítám s četnými návštěvami těchto domácích zvířat, vyskytovat se budou pravděpodobně pouze výjimečně, proto jsem odhadla příjmy z těchto služeb na 800 Kč za rok.

### 3) Příjmy ze snídaní

Při plánovaném propočtu příjmů ze snídaně jsem vycházela z předpokladu, že téměř každý zákazník, který zde přenocuje, bude mít zájem o snídaní. Frekvence snídaní je tedy přímo úměrná hlavní a vedlejší sezóně. Cena za jednu snídani je 60 Kč.

Příjmy ze snídaní	Částka Kč/rok
V hlavní sezóně	125 460 Kč
Ve vedlejší sezóně	34 860 Kč
Celkem za snídaně	160 320 Kč

*Tab.č. 8 – Předpokládané provozní příjmy za snídaně za rok (zdroj: vlastní tvorba)*

### Podrobný přehled předpokl. příjmů z poskytování snídaní za rok – viz .Příloha 4

### 4) Příjmy z degustací

Cena za degustaci včetně občerstvení je stanovena na 500 Kč na osobu, avšak je nutné pokrýt také náklady za vypitá vína. Proto jsem stanovila jako položku náležití do

kategorie spojenou s ubytovacími službami částku 300 Kč, ze které po odečtení nákladů na občerstvení zůstane čistý příjem.

Degustace se plánují konat minimálně jednou týdně, pravděpodobně vždy v pátek nebo sobotu a to celoročně. Degustací se může účastnit maximálně 20 osob, což je maximální kapacita společenské místnosti. Ve svém propočtu jsem počítala s předpokládaným průměrným počtem osob a to 10.

<b>Příjmy z degustací</b>	<b>Částka Kč/rok</b>
Při 48. degustacích za rok v 10-ti lidech	144 000 Kč
Celkem z degustací	144 000 Kč

*Tab.č. 9 – Předpokládané provozní příjmy z provedených degustací za rok  
(zdroj: vlastní tvorba)*

#### **5) Příjmy ze zapůjčování sportovního vybavení**

<b>Příjmy ze zapůjčování sportovního vybavení</b>	<b>Částka Kč/rok</b>
Bicyklů	10 000 Kč
Tenisových raket vč. míčků	3 500 Kč
Volejbalového míče	850 Kč
Fotbalového míče	550 Kč
Basketbalového míče	350 Kč
Celkem ze zapůjčování sportovního vybavení	15 200 Kč

*Tab.č. 10 – Předpokládané provozní příjmy ze zapůjčování sportovního vybavení za rok (zdroj: vlastní tvorba)*

Tyto služby, tedy zapůjčování sportovního vybavení za úplat, budou v závislosti na sezónnosti využívány téměř výhradně jen v hlavní sezónu. Hlavní položku tvoří zapůjčování bicyklů v souvislosti s vinnými cyklostezkami, dále pak tenisových raket a míčů pro víceúčelové hřiště. Předpokládá se, že někteří klienti si přivezou také vlastní sportovní vybavení.

## 6) Příjmy celkem

Předpokládané příjmy celkem za rok	Částka Kč/rok
Příjmy z ubytování	1 047 800 Kč
Příjmy ze snídaní	160 320 Kč
Příjmy z degustací	144 000 Kč
Příjmy ze zapůjčování sportovního vybavení	15 200 Kč
Příjmy z ubytování domácích zvířat	800 Kč
<b>Celkem z podnikatelské činnosti</b>	<b>1 368 120 Kč</b>

*Tab.č. 11 – Předpokládané provozní příjmy celkem za rok (zdroj: vlastní tvorba)*

### 5.1.3 Odhad výdajů

**Předpokl. investice na stavbu ubytovacího zařízení a parkoviště** – viz Příloha 1

**Předpokl. počáteční investice na vybavení** – viz. Příloha 2

Podnikatelka je dohodnuta již s osobou, která by o tuto pozici měla zájem. Minimální **mzda** je v ČR od 1.ledna 2009 stanovena částkou 8 000 Kč. Recepční bude odměňována v měsíčních intervalech za odpracovaných 40 hodin týdně následovně:

*(Pokud je nárok poplatníka vyšší než daňová povinnost, je vzniklý rozdíl daňovým bonusem. Poplatník může daňový bonus uplatnit, pokud jeho výše činí alespoň 100 Kč, maximálně však do výše 30 000 Kč ročně do 31.12.2007. Od roku 2008 se tato částka zvyšuje na 52 200 Kč.)*

	Zaměstnanec	Zaměstnavatel
Zdravotní pojištění	405 Kč	810 Kč
Sociální pojištění	585 Kč	2 250 Kč
Superhrubá mzda	12 100 Kč	-
Sleva na dani	1 815 Kč	-
Daňové zvýhodnění	1 780 Kč	-
Daňový bonus	1 780 Kč	-

Čistá mzda bez daň. bonusu	8 010 Kč	-
Čistá mzda	9 790 Kč	-
Mzdové náklady zaměstnavatele	12 060 Kč	-

*Tab.č. 12 – Odměňování zaměstnance za měsíc (zdroj: 42)*

### **Daň z nemovitosti**

Skládá se z daně za stavbu a daně za pozemek. U staveb sloužících k podnikatelské činnosti se vypočítává od 1. roku této činnosti. Vyměřuje se jednou ročně vždy k 1.lednu zdaňovacího období. Pro účely tohoto výpočtu jsem použila pomocnou kalkulačku na internetových stránkách finance.cz., kde jsem zadala příslušná data a program mi vypočet částku za daň z nemovitosti za rok 1 123 Kč, která se skládá z daně z pozemku 184,6 Kč a daně ze stavby 937,5 Kč.

### **Odpisy**

Pro účely daňové evidence jsou potřeba jen daňové odpisy, které slouží pro účely výpočtu základu DP. Zvolila jsem rovnoměrné (lineární) odepisování.

Budova a parkoviště patří do 5.odpisové skupiny, odepisuje se 30 let, pořizovací cena je 7 123 413 Kč. Odpisová sazba je pro 1.rok 1,4 %, pro další roky 3,4 %.

Odpis pro 1.rok:  $1,4\% \times 7\,123\,413\text{ Kč} = 99\,728\text{ Kč}$

Odpis pro 2.-30. rok:  $3,4\% \times 7\,123\,413\text{ Kč} = 242\,196\text{ Kč}$

Vybavení patří do 2. odpisové skupiny s dobou odepisování 5 let. Nákup jednotlivých položek nepřesahuje částku 40 000 Kč. Pořizovací cena je 579 630 Kč.

Odpis pro 1.rok:  $11\% \times 579\,630\text{ Kč} = 63\,760\text{ Kč}$

Odpis pro 2.-5. rok:  $22,24\% \times 579\,630\text{ Kč} = 128\,968\text{ Kč}$

Odpis celkem: 1.rok: 163 488 Kč, 2. – 5.rok: 371 164 Kč, 5.- 30. rok: 242 196 Kč.

## 1.rok

Předpokládané provozní výdaje za 1. rok v Kč bez splátek úvěru

<b>Typ provozního výdaje</b>	<b>Částka Kč/rok</b>
Elektřina	15 000 Kč
Vodné stočné	7 000 Kč
Plyn	70 000 Kč
Televize	3 500 Kč
Vývoz odpadních vod	40 000 Kč
Mzda recepční	144 720 Kč
Nákup čistících prostředků	10 000 Kč
Nákup potravin pro přípravu snídaní popř. k degustaci	70 000 Kč
Využití soukromé pračky majitelky	15 000 Kč
Telefonní poplatky	20 000 Kč
Poplatek za správu internetových stránek	12 000 Kč
Reklama	10 000 Kč
Internet	4 500 Kč
Poplatek za vedení úvěrového účtu	4 500 Kč
Daň z nemovitosti (pozemek + stavba)	1 123 Kč
Ostatní daně a poplatky	30 000 Kč
Pojištění	6 000 Kč
Údržba, opravy	20 000 Kč
Kancelářské potřeby	1 000 Kč
Ostatní	1 000 Kč
<b>Celkem za provozní výdaje za rok bez odpisů a splátky úvěru</b>	<b>485 343 Kč</b>
Splátka úvěru	Dle vybrané varianty
Odpisy pro 1.rok	163 488 Kč
<b>Celkem za provozní výdaje za 1. rok bez splátek úvěru</b>	<b>648 831 Kč</b>

*Tab.č. 13 – Předpokládané provozní výdaje za 1. rok bez splátek úvěru*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

Orientační zjištění výše finančních prostředků, která může být použita maximálně na splácení úvěru za 1. rok: 1 368 120 Kč (příjmy za rok) - 648 831 Kč (výdaje za rok) = 719 289 Kč / 12 = 59 941 Kč měsíčně

Na základě uvedeného propočtu v jednotlivých letech (ostatní roky viz níže) doporučuji splácet dlouhodobý hypoteční úvěr 20 let.

### **Varianta 1 – Česká spořitelna**

Nabídka tohoto hypotečního úvěru – viz Příloha 16

Nabídka České spořitelny připravena pouze na 15 let, proto nemůžu plnohodnotně porovnat s variantou Komerční banky. Jsou zde mj. patrný i pravděpodobné vyšší poplatky než u Komerční banky a vyšší zajištění.

### **Varianta 2 – Komerční banka**

Nabídka tohoto hypotečního úvěru – viz Příloha 12

Při volbě splatnosti 20 let a úrokové sazbě fixované na 10 let za předpokladu, že bude ve zbývajících 10-ti letech stejná je výpočet následující:

40 808 Kč (měsíční anuita) x 12 = 489 696 Kč za rok

489 696 Kč x 20 = **9 793 920 Kč splátky za 20 let + poplatky**

Vše závisí na vývoji úrokových sazeb. Podle dostupných nabídek jsem shledala jako nejvýhodnější vzít si úvěr u Komerční banky, u které má žadatelka také podnikatelský účet, se kterou dále počítám.

### **Předpokládané provozní výdaje za 1. rok v Kč**

Celkem za provozní výdaje za rok bez odpisů a splátky úvěru	485 343 Kč
Splátky úvěru za rok	489 696 Kč
Odpisy pro 1.rok	163 488 Kč
<b>Celkem za provozní výdaje za 1. rok</b>	<b>1 138 527 Kč</b>

*Tab.č. 14 – Předpokládané provozní výdaje za 1. rok*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

## **2. – 5. rok**

Předpokládané provozní výdaje za 2. – 5. rok v Kč bez splátek úvěru

Celkem za provozní výdaje za rok bez odpisů a splátky úvěru	485 343 Kč
Odpisy pro 2. – 5. rok	371 164 Kč
Celkem za provozní výdaje, 2. – 5. rok bez splátek úvěru	856 507 Kč

*Tab.č. 15 – Předpokládané provozní výdaje za 2.-5. rok bez splátek úvěru*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

Orientační zjištění výše finančních prostředků mj. pro splácení úvěru za 2. - 5. rok:

1 368 120 Kč (příjmy za rok) - 856 507 Kč (výdaje za rok) = 511 613 Kč / 12 =

= 42 635 Kč měsíčně

## **Předpokládané provozní výdaje za 2. – 5. rok v Kč**

Celkem za provozní výdaje za rok bez odpisů a splátky úvěru	485 343 Kč
Splátky úvěru za rok	489 696 Kč
Odpisy pro 2. - 5. rok	371 164 Kč
<b>Celkem za provozní výdaje, 6. – 30. rok</b>	<b>1 346 203 Kč</b>

*Tab.č. 16 – Předpokládané provozní výdaje za 2.-5. rok*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

## **6. – 20. rok**

Předpokládané provozní výdaje za 6. – 20. rok v Kč bez splátek úvěru

Celkem za provozní výdaje za rok bez odpisů a splátky úvěru	485 343 Kč
Odpisy pro 6. – 30. rok	242 196 Kč
Celkem za provozní výdaje, 6. – 20. rok bez splátek úvěru	727 539 Kč

*Tab.č. 17 – Předpokládané provozní výdaje za 6.-20. rok bez splátek úvěru*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

Předpokládané finanční prostředky mj. pro splácení úvěru za 6. - 30. rok: 1 368 120 Kč

(příjmy za rok) - 727 539 Kč (výdaje za rok) = 640 581 Kč / 12 = 53 382 Kč měsíčně

### **Předpokládané provozní výdaje za 6. – 20. rok v Kč**

Celkem za provozní výdaje za rok bez odpisů a splátky úvěru	485 343 Kč
Splátky úvěru za rok	489 696 Kč
Odpisy pro 6. – 20.rok	242 196 Kč
<b>Celkem za provozní výdaje, 6. – 20. rok</b>	<b>1 217 235 Kč</b>

*Tab.č. 18 – Předpokládané provozní výdaje za 6.-20. rok (zdroj: vlastní tvorba)*

### **21. – 30. rok**

Od 21. roku se nebudou platit splátky úvěru.

### **Předpokládané provozní výdaje za 21. – 30. rok v Kč**

Celkem za provozní výdaje za rok bez odpisů a splátky úvěru	485 343 Kč
Odpisy pro 21. – 30.rok	242 196 Kč
<b>Celkem za provozní výdaje, 21. – 20. rok</b>	<b>727 539 Kč</b>

*Tab.č. 19 – Předpokládané provozní výdaje za 21.-30. rok (zdroj: vlastní tvorba)*

### **31. rok a následující roky**

Od 31. roku je majetek plně odepsán. Předpokládaný propočet v dalších letech je stejný jako tento.

### **Předpokládané provozní výdaje za 31. rok a následující roky v Kč**

Celkem za provozní výdaje za rok	<b>485 343 Kč</b>
----------------------------------	-------------------

*Tab.č. 20 – Předpokládané provozní výdaje za 31.rok a následující roky*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

## **5.1.4 Předpokládaný roční zisk**

Následující tabulka značí orientační výpočet čistého zisku a daně z příjmu. Ve skutečnosti se daň ještě zkracuje ještě o odčitatelné položky.

## 1.rok

Výpočet předpokládaného ročního čistého zisku v 1. roce	
Předpokládané příjmy za rok	1 368 120 Kč
Předpokládané výdaje za 1.rok	1 138 527 Kč
Předpokládaný HV za 1. rok	229 593 Kč
Daň z příjmu (15 %)	34 439 Kč
<b>Čistý zisk v 1. roce</b>	<b>195 154 Kč</b>

*Tab.č. 21 – Předpokládaný čistý zisk z provozní činnosti v 1.roce (zdroj: vlastní tvorba)*

Dále jsem rozdělila tento zisk na zisk, který připadá hlavní sezóně, tedy 7 měsícům v roce (od 1.listopadu do 31.března) a jaký vedlejší sezóně – 5-ti zbylým měsícům (od 1.dubna do 31.října).

Výpočet předpokládaného ročního HV z hlavní sezóny v 1. roce	
Předpokládané příjmy v hl. sezóně	1 054 460 Kč
Předpokládané výdaje v hl. sezóně	664 141 Kč
Předpokládaný HV za hl. sezónu v 1.roce	390 319 Kč

*Tab.č. 22 – Předpokl. HV z hlavní sezóny před zdaněním v 1.roce (zdroj :vlastní tvorba)*

Částka 1 054 460 Kč se skládá z těchto dílčích částek:

841 300 Kč (ubytovací služby) + 125 460 Kč (snídaně) + 144 000/2 (degustace) + 15 200 Kč (zapůjčení sport. vybavení) + 500 Kč (pobyt zvířat)

Částku výdajů jsem rozdělila v poměru 7:5 podle měsíců.

Výdaj v 1. roce (1 138 527 Kč /12) x 7 = 664 141 Kč

Výpočet předpokládaného ročního HV z vedlejší sezóny v 1. roce	
Předpokládané příjmy ve vedl. sezóně	313 660 Kč
Předpokládané výdaje ve vedl. sezóně	474 386 Kč
Předpokládaný HV za vedl. sezónu	- 160 726 Kč

*Tab.č. 23 – Předpokl. HV z vedlejší sezóny před zdaněním v 1. roce*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

Částka 313 660 Kč se skládá z těchto dílčích částek: 206 500 Kč (ubytovací služby) + 34 860 Kč (snídaně) + 144 000/2 (degustace) + 300 Kč (pobyt zvířat)

Výdaje:  $(1\,138\,527 \text{ Kč výdaje za rok} / 12) \times 5 = 474\,386 \text{ Kč}$

Daňové přiznání se však podává za rok, tudíž za součet hlavní a vedlejší činnosti a z toho se počítá daň tvořící 15% rozdílu celkových příjmů a výdajů za rok.

## **2. – 5. rok**

<b>Výpočet předpokládaného ročního čistého zisku v 2. – 5. roce</b>	
Předpokládané příjmy za rok	1 368 120 Kč
Předpokládané výdaje za rok	1 346 203 Kč
Předpokládaný HV za rok	21 917 Kč
Daň z příjmu (15 %)	3 288 Kč
<b>Čistý zisk v 2. – 5. roce</b>	<b>18 629 Kč</b>

**Tab.č. 24** – Předpokl. čistý zisk z provozní činnosti v 2. – 5. roce (zdroj: vlastní tvorba)

<b>Výpočet předpokládaného ročního HV z hlavní sezóny v 2. – 5. roce</b>	
Předpokládané příjmy v hl. sezóně	1 054 460 Kč
Předpokládané výdaje v hl. sezóně	785 285 Kč
Předpokl. HV za hl. sezónu v 2. – 5. roce	269 175 Kč

**Tab.č. 25** – Předpokládaný. HV z hlavní sezóny před zdaněním v 2. – 5. roce

(zdroj: vlastní tvorba)

Výdaj:  $(1\,346\,203 \text{ Kč} / 12) \times 7 = 785\,285 \text{ Kč}$

<b>Výpočet předpokládaného ročního HV z vedlejší sezóny v 2. – 5. roce</b>	
Předpokládané příjmy ve vedl. sezóně	313 660 Kč
Předpokládané výdaje ve vedl. sezóně	560 918 Kč
Předpokl. HV za vedl. sezónu v 2.–5. roce	- 247 258 Kč

**Tab.č. 26** – Předpokl. HV z vedlejší sezóny před zdaněním v 2. – 5. roce

(zdroj : vlastní tvorba)

Výdaje:  $(1\,346\,203 \text{ Kč výdaje za rok} / 12) \times 5 = 560\,918 \text{ Kč}$

**6. – 20. rok**

<b>Výpočet předpokládaného ročního čistého zisku v 6. - 20. roce</b>	
Předpokládané příjmy za rok	1 368 120 Kč
Předpokládané výdaje za rok	1 217 235 Kč
Předpokládaný HV za rok	150 885 Kč
Daň z příjmu (15 %)	22 633 Kč
<b>Čistý zisk</b>	<b>128 252 Kč</b>

**Tab.č. 27 – Předpokládaný čistý zisk z provozní činnosti 6. - 20. roce***(zdroj: vlastní tvorba)*

<b>Výpočet předpokládaného ročního HV z hlavní sezóny v 6. - 20. roce</b>	
Předpokládané příjmy v hl. sezóně	1 054 460 Kč
Předpokládané výdaje v hl. sezóně	710 054 Kč
Předpokl. HV za hl. sezónu v 6. - 20. roce	344 406 Kč

**Tab.č. 28 – Předpokl. HV z hlavní sezóny před zdaněním v 6. - 20. roce***(zdroj: vlastní tvorba)*Výdaj:  $(1\,217\,235\text{ Kč} / 12) \times 7 = 710\,054\text{ Kč}$ 

<b>Výpočet předpokládaného ročního HV z vedlejší sezóny v 6. - 20. roce</b>	
Předpokládané příjmy ve vedl. sezóně	313 660 Kč
Předpokládané výdaje ve vedl. sezóně	507 181 Kč
Předpokl.HV za vedl. sezónu v 6.-20. roce	- 193 521Kč

**Tab.č. 29 – Předpokl. HV z vedl.sezóny před zdaněním v 6. - 20. roce (zdroj: vlastní***tvorba)*Výdaj:  $(1\,217\,235\text{ Kč} / 12) \times 5 = 507\,181\text{ Kč}$

## 21. – 30. rok

Výpočet předpokládaného ročního čistého zisku v 21. - 30. roce	
Předpokládané příjmy za rok	1 368 120 Kč
Předpokládané výdaje za rok	727 539 Kč
Předpokládaný HV za rok	640 581 Kč
Daň z příjmu (15 %)	96 087Kč
<b>Čistý zisk</b>	<b>5 44 494 Kč</b>

*Tab.č. 30 – Předpokládaný čistý zisk z provozní činnosti 21. - 30. roce*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

Výpočet předpokládaného ročního HV z hlavní sezóny v 21. - 30. roce	
Předpokládané příjmy v hl. sezóně	1 054 460 Kč
Předpokládané výdaje v hl. sezóně	317 622 Kč
Předpokl. HV za hl. sezónu v 21. - 30. roce	736 838 Kč

*Tab.č. 31 – Předpokládaný HV z hlavní sezóny před zdaněním v 21. - 30. roce*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

Výdaj:  $(727\,539\text{ Kč} / 12) \times 7 = 317\,622\text{ Kč}$

Výpočet předpokládaného ročního HV z vedlejší sezóny v 21. - 30. roce	
Předpokládané příjmy ve vedl. sezóně	313 660 Kč
Předpokládané výdaje ve vedl. sezóně	303 142 Kč
Předpokl.HV za vedl. sezónu v 21.-30. roce	10 518 Kč

*Tab.č. 32 – Předpokládaný HV z vedlejší sezóny před zdaněním v 21. - 30. roce*

*(zdroj: vlastní tvorba)*

Výdaj:  $(727\,539\text{ Kč} / 12) \times 5 = 303\,142\text{ Kč}$

Od 21.roku dosahuje vedlejší sezóna poprvé kladné hodnoty cash flow.

### **31. rok a následující roky**

<b>Výpočet předpokládaného ročního čistého zisku v 31. roce a následujících letech</b>	
Předpokládané příjmy za rok	1 368 120 Kč
Předpokládané výdaje za rok	485 343 Kč
Předpokládaný HV za rok	882 777 Kč
Daň z příjmu (15 %)	132 417 Kč
<b>Čistý zisk</b>	<b>750 360 Kč</b>

*Tab.č. 33– Předpokládaný čistý zisk z provozní činnosti v 31.roce a následujících letech  
(zdroj: vlastní tvorba)*

<b>Výpočet předpokl. ročního HV z hlavní sezóny v 31. roce a následujících letech</b>	
Předpokládané příjmy v hl. sezóně	1 054 460 Kč
Předpokládané výdaje v hl. sezóně	283 117 Kč
Předpokl. HV za hl. sezónu v 31. roce a následujících letech	771 343 Kč

*Tab.č. 34 – Předpokládaný HV z hlavní sezóny před zdaněním v 31.roce a následujících letech (zdroj: vlastní tvorba)*

Výdaj:  $(485\,343\text{ Kč} / 12) \times 7 = 283\,117\text{ Kč}$

<b>Výpočet předpokl. ročního HV z vedlejší sezóny v 31. roce a následujících letech</b>	
Předpokládané příjmy ve vedl. sezóně	313 660 Kč
Předpokládané výdaje ve vedl. sezóně	202 226 Kč
Předpokl.HV za vedl. sezónu v 31. roce a následujících letech	111 434 Kč

*Tab.č. 35 – Předpokládaný HV z vedlejší sezóny před zdaněním v 31. roce a následujících letech (zdroj:vlastní tvorba)*

Výdaj:  $(485\,343\text{ Kč} / 12) \times 5 = 202\,226\text{ Kč}$

### 5.1.5 Pesimistická varianta

Pesimistickou variantou se rozumí skutečnost, kdy podnikatelka dotaci nedostane.

V propočtu cash flow jsem počítala s návratností celkové investované částky, tj. 7 703 000 Kč.

Cash flow nebo-li peněžní tok představuje pohyb peněžních prostředků podniku za určité období (v mém případě rok) v souvislosti s jeho ekonomickou činností a je východiskem pro řízení likvidity. Kvantifikace cash flow přímou metodou se používá hlavně u malých podniků pro operativní řízení financování, ale dá se využít také při středně a dlouhodobém finančním výhledu.

Výdaje za období (obrat výdajů):

<b>Rok</b>	<b>Počáteční stav</b>	<b>CF</b>	<b>Konečný stav</b>
1	0	229 593 Kč	229 593 Kč
2	229 593 Kč	21 917 Kč	251 510 Kč
3	251 510 Kč	21 917 Kč	273 427 Kč
4	273 427 Kč	21 917 Kč	295 344 Kč
5	295 344 Kč	21 917 Kč	317 261 Kč
6	317 261 Kč	150 885 Kč	468146 Kč
7	468146 Kč	150 885 Kč	619 031 Kč
8	619 031 Kč	150 885 Kč	769 916 Kč
9	769 916 Kč	150 885 Kč	920 801 Kč
10	920 801 Kč	150 885 Kč	1 071 686 Kč
11	1 071 686 Kč	150 885 Kč	1 222 571 Kč
12	1 222 571 Kč	150 885 Kč	1 373 456 Kč
13	1 373 456 Kč	150 885 Kč	1 524 341 Kč
14	1 524 341 Kč	150 885 Kč	1 675 226 Kč
15	1 675 226 Kč	150 885 Kč	1 826 111 Kč
16	1 826 111 Kč	150 885 Kč	1 976 996 Kč
17	1 976 996 Kč	150 885 Kč	2 127 881 Kč
18	2 127 881 Kč	150 885 Kč	2 278 766 Kč
19	2 278 766 Kč	150 885 Kč	2 429 651 Kč

20	2 429 651 Kč	150 885 Kč	2 580 536 Kč
21	2 580 536 Kč	640 581 Kč	3 221 117 Kč
22	3 221 117 Kč	640 581 Kč	3 861 698 Kč
23	3 861 698 Kč	640 581 Kč	4 502 279 Kč
24	4 502 279 Kč	640 581 Kč	5 142 860 Kč
25	5 142 860 Kč	640 581 Kč	5 783 441 Kč
26	5 783 441 Kč	640 581 Kč	6 424 022 Kč
27	6 424 022 Kč	640 581 Kč	7 064 603 Kč
28	7 064 603 Kč	640 581 Kč	7 705 184 Kč

**Tab.č. 36** – Celková doba návratnosti u pesimistické varianty (zdroj: vlastní tvorba)

Pakliže SZIF firmě dotační podporu v programu Podpora cestovního ruchu neposkytne, bude to pro firmu velmi zavazující podnikatelská činnost, protože doba návratnosti celkové vložené investice (úvěru i vlastních zdrojů) bude 28 let.

### 5.1.6 Optimistická varianta

Optimistickou variantou se rozumí poskytnutí dotační podpory. Firma bude žádat o 50% z částky tohoto podnikatelského záměru, tedy ze 7 703 000 Kč, z maximální možné výše, která činí 60 % hodnoty záměru.

V tomto případě, tedy pokud firma počítá, že dotaci obdrží, je nutné tuto skutečnost uvést do úvěrové smlouvy již při sjednávání plné výše úvěru, tj. 5 392 000 Kč. Poskytnutá dotace sníží tuto dlužnou částku, ale také si banka účtuje ve většině případů penále za „nedodržení předcházejících podmínek“, protože se sníženým úvěrem přichází o finanční prostředky, které by platila podnikatelka v případě původní částky. Sjednává se pak smlouva s novými platebními podmínkami a sazbou. Na tuto variantu nemohu provést propočet, protože neznám podmínky banky (úrokovou sazbu, anuitu atd.)

V následující tabulce jsou některé varianty poskytnutých dotací, přičemž jejich optimistické založení klesá přímo úměrně se snižovaným procentem poskytnuté dotace. Vychází se z toho, že dotace se použije na částečnou úhradu hypotečního úvěru.

<b>Procentuální výše přiznané dotace</b>	<b>Poskytnutá částka dotace</b>	<b>Zbývající dlužná částka</b>
50%	3 851 500 Kč	1 540 500 Kč
40%	3 081 200 Kč	2 310 800 Kč
30%	2 310 900 Kč	3 081 100 Kč
20%	1 540 600 Kč	3 851 400 Kč
10%	7 70 300 Kč	4 621 700 Kč

*Tab.č. 37 – Výpočet dlužné částky optimistických variant (zdroj :vlastní tvorba)*

O dotaci lze snížit také pořizovací cenu, což je v tomto případě obzvláště výhodné, neboť se odepisuje 30 let.

#### **Odpisy u varianty poskytnutí 50% dotace**

Zařízení: odpisy neměnné (1.rok 63 760 Kč, 2. – 5. rok 128 968 Kč)

PC DHM: 7 123 413 Kč – 3 851 500 Kč = 3 271 913 Kč

1. rok:  $0,014 \times 3\,271\,913 \text{ Kč} = 45\,807 \text{ Kč}$

2. – 30.roce:  $0,034 \times 3\,271\,913 \text{ Kč} = 111\,245 \text{ Kč}$

Odpisy celkem: 1.rok: 109 567 Kč

2. – 5.rok: 240 213 Kč

6. – 30.rok: 111 245 Kč

### **5.1.7 Vybrané ukazatele**

#### **1) Ukazatel celkové zadluženosti u pesimistické varianty**

Tento ukazatel udává celkovou zadluženost, tedy vyjadřuje poměr všech závazků (dluhů) k celkovým aktivům podniku. Vypočítá se podělením celkových dluhů celkovými aktivy.

$5\,392\,000 \text{ Kč} / 7\,703\,000 \text{ Kč} = \mathbf{0,699}$

Vzhledem ke standardu, který se u tohoto ukazatele pohybuje od 0,3 – 0,5, je výsledek podstatně vyšší, značí tedy vysoké zadlužení podnikatelky.

## 2) Ukazatel celkové zadluženosti u optimistické varianty

50% dotace:  $1\,549\,500 \text{ Kč} / 7\,703\,000 \text{ Kč} = \mathbf{0,2}$

Celkové zadlužení je v případě poskytnuté 50% dotaci velmi nízké.

40% dotace:  $2\,310\,800 \text{ Kč} / 7\,703\,000 \text{ Kč} = \mathbf{0,3}$

30% dotace:  $3\,081\,100 \text{ Kč} / 7\,703\,000 \text{ Kč} = \mathbf{0,4}$

20% dotace:  $3\,851\,400 \text{ Kč} / 7\,703\,000 \text{ Kč} = \mathbf{0,5}$

Při variantě poskytnutých dotací 40, 30 a 20 % jde o standardní hodnoty zadlužení.

10% dotace:  $4\,621\,700 \text{ Kč} / 7\,703\,000 \text{ Kč} = \mathbf{0,6}$

Od 20% poskytnutých dotací lze počítat s přijatelnými hodnotami pro firmu.

## 3) Koeficient samofinancování

Vyjadřuje podíl vlastního kapitálu podniku k jeho celkovým aktivům. Tuto hodnotu dostaneme vydělením vlastního kapitálu celkovými aktivy.

$2\,311\,000 \text{ Kč} / 7\,703\,000 = \mathbf{0,3}$

Jelikož standardní hodnota je 0,5 – 0,7 jedná se o velmi nízkou míru samofinancování z vlastních zdrojů.

## 4) Doba návratnosti

Tento ukazatel patří mezi nejdůležitější ukazatele při posuzování ekonomické efektivnosti investic. Říká, jaká je doba (v počtu let), za kterou se peněžní příjmy vyrovnají počátečnímu kapitálovému výdaji na investici. Čím kratší je tato doba, tím je projekt výhodnější.

Počítala jsem dobu návratnosti celkových vložených investic, tedy vlastních i cizích zdrojů, tj. 7 703 000 Kč. Doba návratnosti vyšla **28 let** pokud firma nedostane dotaci ze SZIF.

Podrobný rozpis – viz. **Tab.č. 35**– Celková doba návratnosti u pesimistické varianty Pakliže firma dotaci dostane, sníží se její doba návratnosti přímo úměrně s poskytnutou výší dotace. Pro podrobný propočtení nemám potřebné podklady o podmínkách úvěru.

## 5.2 Zhodnocení a doporučení varianty financování

I.) Jendou z variant je, že podnikatelka může vyčkat s uskutečněním tohoto záměru až uspoří vyšší peněžní částku a nebude se moci zadlužovat do takovéto míry, je však omezena dotačním obdobím, které vyprší v roce 2013.

II.) Další variantou je přizvat k této podnikatelské činnosti jinou osobu a jejím vkladem tak navýšit finanční hotovost. Podnikat jako sdružení FO. Podnikatelka však tuto variantu navrhuje, protože chce podnikat a vést firmu sama.

III.) Pokud se na základě této práce podnikatelka rozhodne realizovat tuto činnost sama jako živnostník za současné situace, doporučuji jí následující postup:

### 1) Žádost o dotaci

Navrhuji podnikatelce nejdříve si **nechat zpracovat** žádost o dotaci od firmy RENARDS, s.r.o. se sídlem v Brně na dotační program v rámci programu Rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013, v Opatření III., 1.3. Podpora cestovního ruchu, regionu Jihovýchod, do něhož tento podnikatelský plán náleží, a následně podat tuto žádost Státnímu zemědělskému intervenčnímu fondu. Dotace v tomto programu jsou poskytovány až do výše 60 % částky podnikatelského záměru, z důvodů získání vyššího bodového ohodnocení v rámci bodových kritérií tohoto programu doporučuji žádat o dotaci ve výši 50 % částky 7 703 000 Kč, tedy 3 851 500 Kč. Z celkového počtu 115 bodů jich tento záměr nasbíral prozatím 70 bodů. Podnikatelka by měla dbát doporučení této agentury a **případně přizpůsobit** o určité skutečnosti tento podnikatelský záměr v rámci možností a stát se tak atraktivnějším pro poskytovatele dotací (např. nasbírání více bodů v důsledku poskytování stravování).

Před podáním Žádosti je nutné mít připravenou projektovou dokumentaci, poté poslat Žádost o dotaci. Následuje výběrové řízení komu bude dotace udělena.

Jelikož se jedná o podporu cestovního ruchu v regionu, poskytovatele podpory příliš nezajímá finanční stránka samotné podnikatelky, ale podpora turismu v regionu. Období je však omezené rokem 2013, stejně tak jako dotační prostředky, proto je vhodné začít co nejdříve.

## 2) Stavební povolení

Vyřídit si stavební povolení od Stavebního úřadu v Hodoníně a připravit si **podklady** potřebné pro žádost o hypoteční úvěr (podnikatelský záměr, odborný projektový výkres stavby, daňové přiznání, bonitu klienta).

## 3) Započetí stavby

Protože dotace se vyplácí zpětně, navrhuji dále využít podnikatelčiny volné finanční prostředky ve výši 2 311 000 Kč na započetí realizace projektu, po obdržení stavebního povolení. Započatou stavbu ve výši 2 311 000 Kč lze poté použít jako ručení při žádosti o úvěr. Je méně rizikové dát do zástavy tuto započatou stavbu včetně pozemku než ručit v současné době existujícím majetkem podnikatelky, který souží k jiné výdělečné činnosti a je ve svém konání úspěšný (tj. vybavenou provozovnu či pozemek osázen vinicemi).

## 4) Hypoteční úvěr

Dále podnikatelce doporučuji vzít si již zmíněný dlouhodobý hypoteční úvěr na výstavbu nemovitosti dodavatelským způsobem od Komerční banky na 20 let, protože u této banky má podnikatelka delší dobu svůj podnikatelský účet. Banka tak může lépe posoudit bonitu klienta a stává se pro ni důvěryhodnějším. Vystavovaná stavba se vždy ocení k příslušnému datu podle dodavatelských faktur a na touto částkou, resp. stavbou bude dále ručit. Celková předpokládaná výše zajištění po dokončení výstavby je 6 344 000 Kč.

V porovnání s nabídkou dlouhodobého hypotečního úvěru u České spořitelny je sice nabídnuta pro první rok nižší fixovaná úroková sazba, je to ovlivněno také změnou úrokových sazeb. U České spořitelny jsou vyšší poplatky za vedení úvěrového účtu a také ostatní poplatky jsou vyšší než u komerční banky.

Doporučuji podnikatelce splácet úvěr 20 let a pokud při konkrétní nabídce úvěru bude výhodná úroková sazba, fixovat si tuto sazbu podle uvážení, při velmi nízké nabídce i na 10 let. Při podepisování úvěrové smlouvy se zde napíše pravděpodobnost **získání dotace**, o kterou je poté možno úvěr zkrátit.

## **5) Kolaudační řízení**

Po proběhlém kolaudačním řízení získá podnikatelka potvrzení o kolaudaci a poté musí podat **Žádost o proplacení** Státnímu zemědělskému intervenčnímu fondu v rámci výše uvedeného programu. Na základě toho jí Státní zemědělský intervenční fond přizná nebo odmítne příslušnou výši dotace. V kladném případě ji poskytne na její podnikatelský bankovní účet u Komerční banky.

## **6) Dotace**

O dotace lze povýšit příjmy nebo jimi lze snížit pořizovací cenu a vypočítávat roční daňové odpisy vždy z této snížené ceny. Vzhledem k 30-ti letému odepisování stavby doporučuji druhou možnost, tedy snížit o ně vstupní cenu dlouhodobého hmotného majetku, tedy budovy ubytovacího zařízení. Dotace jsou daňově uznatelným nákladem. Dotace sníží dlužnou částku úvěru a banka obvykle ještě penalizuje svého klienta za „nedodržení podmínek předchozí smlouvy“, protože přichází o zisk z vyššího úvěru. Dotace tedy sníží také dobu návratnosti vložených investic.

## **7) Tvorba rezerv v letní sezóně**

V průběhu výdělečné podnikatelské činnosti, kterou bude vykazovat podnikatelka v hlavní sezóně velmi důrazně doporučuji odkládat jako formu rezerv, jež budou potřeba na úhradu provozních výdajů v sezóně vedlejší, kdy bude její hospodaření vykazovat ztrátu. Z tohoto důvodu je též také téměř nutností začít podnikat v hlavní sezóně.

## **8) Průzkum trhu, propagace, přizpůsobování se**

V průběhu podnikatelské činnosti provádět monitoring zákazníků, sledovat ceny služeb konkurentů, přizpůsobovat se a provádět propagaci.

Podnikatelka nesmí zapomenout na kvalitní a poutavou propagaci, musí se zviditelňovat a udržovat si dobré jméno firmy.

V případě rozhodnutí se vstoupit do této podnikatelské činnosti a splnit si tím svůj sen, nesmí zapomenout na důležitou péči o zákazníky a jejich neustálé hledání a oslovování. Podřizovat se do určité míry zákazníkovi a dbát na uspokojování jeho potřeb spojených s ubytováním. Nespoléhat jen na lákavost regionu a rozvíjející se turistický ruch v okolí,

ale také sama se zapojovat např. organizováním různých akcí, degustací, výhodných pobytových balíčků, posezení ve vinném sklepe apod.

Doporučuji v průběhu doplňovat tento podnikatelský záměr a obohacovat jej o další vzniklé skutečnosti, aby podával dokonalý obraz o všech důležitých skutečnostech, zejména při předkládání tohoto záměru investorovi či bance.

### **5.3 Zhodnocení rizik**

Před započítáním samotné realizace projektu je důležité si uvědomit případná rizika, která mohou kdykoli nastat a snažit se jich zavčas předcházet, vyvarovat se jim nebo alespoň snížit jejich dopady.

Každá firma je vystavována určitým rizikům. Základním kritériem dělení těchto rizik je činitel, kterým vznikají. Pokud se tak stane činností podnikatelky či někoho uvnitř firmy, jedná se o rizika vnitřní (interní), pokud však za rizika mohou jiné vnější (externí vlivy), jedná se o rizika vnější.

#### **Vnitřní rizika**

- Nedostatek zákazníků
- Problémy se zaměstnanci
- Neschopnost firmy řešit problémy a krizové situace
- Neschopnost majitelky se plně věnovat podnikatelské činnosti (např. dlouhodobý pobyt mimo obec, zdravotní problémy aj.)
- Nepodání nebo neschválení žádosti o dotaci
- Špatná marketingová činnost
- Katastrofické riziko zaviněné lidskou činností – vyhoření, vytopení, vykradení..

#### **Vnější rizika**

- Špatná situace v ekonomice jako celku
- Špatná platební morálka zákazníků
- Negativní přírodní jevy
- Neposkytnutí úvěru bankou či jiným investorem

- Neproplacení dotace
- Aktivita konkurence
- Legislativní opatření

### 5.3.1 Stanovení závažnosti hrozeb a míry zranitelnosti

V následující tabulce jsem zhodnotila rizika, která mohou nastat, určila pravděpodobnosti výskytu dané hrozby, míry zranitelnosti subjektu vůči dané hrozbě a nastínila jsem řešení.

<b>Riziko</b>	<b>Kategorie</b>	<b>Pravděpo- dobnost</b>	<b>Dopad</b>	<b>Řešení</b>
Nedostatek zákazníků	obchodní a marketingové	30%	kritický	bonusy pro zákazníka, monitoring
Problémy se zaměstnanci	interní	40%	zanedbatelný	komunikace
Neschopnost firmy řešit problémy a krizové situace	interní	30%	značný	sebevzdělávání
Neschopnost majitelky se plně věnovat podnik. činnosti	interní	20%	značný	delegování pravomocí
Nepodání či neschválení žádosti o dotaci	interní	30%	kritický	outsourcing
Špatná marketing. činnost	marketingové	40%	značný	posílení market. aktivit, průzkum trhu

Katastrofické riziko zaviněné lid. činností	interní	20%	značný	důkladné školení
Špatná situace v ekonomice jako celku	ekonomické	40%	značný	monitorování trhu
Špatná plat. morálka zákazníků	finanční	50%	značný	záloha, platba předem
Negativní přírodní jevy	přírodní	40%	kritický	pojištění
Neposkytnutí úvěru	finanční	20%	kritický	monitoring investorů
Neproplacení dotace	finanční	10%	kritický	tvorba fin. rezerv
Aktivity konkurence	tržní	60%	kritický	pružně reagující marketing
Legislativní opatření	externí	60%	značný	monitoring legislativy

**Tab.č. 38**– Analýza rizik (zdroj: vlastní tvorba)

Některá rizika se mohou opakovat vícekrát, některá třeba jen jednou či se nemusí vyskytnout vůbec. Podnik by na ně měl být však připraven a stanovit zavčas příslušná opatření proti nim. Úplně vyloučit rizika nelze, ale lze je výrazně eliminovat.

Obecně se za metody snižování rizika považuje např. pojištění, dělení rizika, transfer rizika, předcházení rizikům ve fázi projektu, vytváření rezerv, pružnost firmy v rozhodování, získávání dostatečných informací, prognózování atd.

## 5.4 Volba právní formy

Podnikatelka podniká již od roku 2003 jako živnostník v oboru vinohradnictví a vinařství. Protože hodlá i nadále podnikat sama, doporučuji jí pouze rozšířit její podnikatelské aktivity a zachovat právní formu živnosti.

Doporučuji podnikatelce její dosavadní podnikání pouze rozšířit o ubytovací služby. Postačí tedy jen jedno oprávnění. Podnikatelka vyhovuje požadavkům, že její kapacita je omezena na 10 lůžek. Podle živnosti lze při těchto službách poskytovat i snídaně. Místo živnostenského listu je tedy výpis z živnostenského rejstříku.

Výhodou živnosti obecně je, že nevyžaduje vysoký počáteční kapitál, což ovšem záleží na oboru podnikání. Ze zákona však neexistuje žádný předpis o minimální výši kapitálu. Další výhodou je, že není ze strany legislativy příliš omezena nařízeními a zákony. Nevyžaduje přílišnou administrativní náročnost. Vzhledem k obratu a zkušenostem si může vést daňovou evidenci příjmů a výdajů sama. Co se týče účasti na zisku, ponechává si zisk plně k dispozici, nemusí se o něj s nikým dělit. Živnostníci jsou nejvíce podporováni v oblasti dotační politiky.

Nevýhodou představuje již zmíněný úvěr, přičemž v této souvislosti jsou vyhlídky živnostníka na získání bankovní půjčky omezenější, výhodou je však již provozované podnikání, v němž má určitý kapitál a vykazuje kladný hospodářský výsledek. Výraznou nevýhodou je, že živnostník ručí za své podnikatelské aktivity neomezeně celým svým majetkem.

## 5.5 Produktová strategie

Po provedeném průzkumu trhu podnikatelce doporučuji pustit se do tohoto druhu podnikání, tedy vystavět ubytovací zařízení a poskytovat ubytovací služby. Doporučuji používat vinařské logo i pro ubytovací služby, protože je spojeno s dobrým jménem firmy, převážně s rodinným podnikem.

Podle mého názoru by byly nejvhodnější dvoulůžkové pokoje se sociálním zařízením, jejichž cena by se odvíjela od sezónnosti a počtu osob zde trávících noc.

Navrhuji nejprve poskytovat pouze snídaně, které si může zákazník doobjednat k pobytu a pokud bude i trvalý zájem o poskytování polopenzí, doporučuji podnikatelce rozšířit své ubytovací služby i o služby stravovací. Kladnou skutečností je zájem klientů

o pobyt zde spojený s degustací či nákupem vín. Proto je vhodné organizovat podle přání zákazníků také vinné degustace s možností nákupu vín. Jelikož se jedná o klidné vesnické prostředí, které pro svůj rekreační pobyt preferuje většina dotazovaných, mohou zde provozovat různé sportovní aktivity s možností zapůjčit si sportovní vybavení od cyklistických kol, přes tenisové rakety až po volejbalové, basketbalové či fotbalové míče.

## **5.6 Přístup ke stanovení cen**

Za oblíbeností Jihomoravského kraje mohou stát i nízké ceny služeb, ale firma by měla se zkvalitňováním služeb samozřejmě ceny přizpůsobovat, tedy zvyšovat.

Pro stanovení ceny jsem vycházela z průzkumu trhu zaměřeného na konkurenci v okolí s přihlédnutím ke skutečnosti, že se jedná o nově vstupující na tento trh, lokalitě obce Josefov, poskytovaným službám, sezónnosti a přirozeně také tomu, aby tvořila přiměřené příjmy schopné uhradit provozní výdaje firmy a tvořila kladný hospodářský výsledek, který je smyslem podnikání.

Konkrétní ceník služeb – viz. kapitola 4.7.2 Marketingový mix, Cena

Stanovením cen cenová politika však nekončí. Firma musí sledovat neustále dění na trhu, počet konkurentů, stav ekonomiky, právní regulace a v neposlední řadě také reakce zákazníků.

## **5.7 Zaměření na cílové zákazníky**

Jelikož jsem prováděla průzkum trhu prostřednictvím dotazníků ve vinotékách, vinárnách a restauracích, kam dodává podnikatelka své víno a zájem ze strany zákazníků těchto zařízení se ukázal jako velký, předpokládám v první řadě zákazníky jakožto vinné konzumenty. Protože dochází ke stále větší podpoře turistického ruchu na jižní Moravě, předpokládám, že potenciálními zákazníky budou také hlavně turisté toužící poznávat zdejší lokalitu se vším co k ní patří.

Pokud bude zájem ze strany zákazníků také o polopenzi či plnou penzi, doporučuji podnikatelce rozšířit stravovací služby. Poté lze tyto ubytovací služby nazývat „Penzionem“. Je důležité přizpůsobovat se zákazníkovi, pečovat o stávající zákazníky

a také hledat nové. Lákat zákazníky na různé např. víkendové akce, zpříjemňovat pobyt lahví vína vlastní produkce ke každému pobytu apod.

Důležité je především zviditelňování se a dostatečná propagace. Jako velmi vhodné se mi jeví především v počátcích své propagace spojit propagaci vinných produktů s ubytovacími službami, např. informacemi na etiketě vín, vinném listu, vizitce, internetových stránkách atd.

## **5.8 Vedení účetnictví**

Podnikatelka je plátcem daně z přidané hodnoty a vede si sama pro svou podnikatelskou činnost ve vinařství a vinohradnictví daňovou evidenci, tedy evidenci daňově uznatelných příjmů a výdajů. A jednou ročně podává z této činnosti daňové přiznání finančnímu úřadu. I nadále bude plátcem daně z přidané hodnoty.

Po rozšíření její činnosti o ubytovací služby jí doporučuji tedy v této daňové evidenci pokračovat a vést oddělenou daňovou evidenci pro ubytovací služby, protože nesplní zákonem stanovenou podmínku pro vedení účetnictví v plném rozsahu, tj. obratu 15 mil. Kč za rok čímž se stává účetní jednotkou, a ani se nejedná o právnickou osobu, která má ze zákona povinnost vést účetnictví v plném rozsahu, může se tedy sama pro formu vedení účetnictví rozhodnout.

Skládá se z odděleného účtování o peněžních prostředcích v peněžním deníku a účtování o ostatních složkách majetku a závazků vztahujících se k činnosti účetní jednotky.

Jelikož je podnikatelka sama schopna si vést daňovou evidenci, nemusí zaměstnávat na tyto účely žádnou další osobu. Forma vedení této evidence není zákonem podrobně předepsána, avšak musí se z ní zjistit základ daně. Daň ze základu daně sníženého o nezdánitelnou část základu daně a o odčitatelné položky od základu daně zaokrouhleného na celá sta Kč dolů činí 15 %. Důležitým datem k odevzdání daňového přiznání je do 31.3. následujícího roku a k tomuto datu nejpozději musí být také tato daň z příjmu za uplynulý rok i zaplacená finančnímu úřadu v Hodoníně.

## **5.9 Přínosy navrženého podnikatelského záměru**

Tento projekt je mj. také komplexním zpracováním celé problematiky vybudování ubytovacího zařízení a s tím spojeným financováním. Dává podnikatelce v první řadě odpověď na to, zda má smysl začít v tomto oboru podnikat či nikoli, co je pro začátek nutné udělat, jak dále postupovat, na koho se případně obrátit a plánovaný předpoklad jakým směrem se pravděpodobně bude ubírat její podnikání v budoucnu při rozhodnutí se pro tento záměr.

Zpracovaný podnikatelský plán je bez nadsázky nejdůležitějším dokumentem jak při žádosti o dotaci, tak i při žádosti o úvěr. S dobře zpracovaným podnikatelským záměrem v ruce má žadatelka velkou šanci na získání dotace i úvěru.

V neposlední řadě je pro samotnou podnikatelku vodítkem a námětem k další podnikatelské činnosti a v jejím průběhu může sloužit také jako pomocný dokument při různých potížích spojených s tímto podnikáním.

## 6 ZÁVĚR

Cílem této práce bylo sestavit podnikatelský záměr pro ubytovací zařízení bez stravování lokalizovaného do malé vinařské obce Josefov u Hodonína a dále vybrat nejvhodnější formu jeho financování.

Vize o vystavění ubytovacího zařízení vzešla po častém zájmu ze strany zákazníků vinařské firmy o přenocování zde a také z důvodů nejnavštěvovanějšího regionu v České republice. Tato skutečnost, že je vysoký zájem o turistický ruch na jižní Moravě, který je stále více podporován Strukturálními fondy Evropské unie, a s tím tedy i souvisejícího ubytování, se mi také potvrdila také po provedeném průzkumu trhu.

V rámci dotačních programů jsem vybrala nejvhodnější program a ten mi byl doporučen také poradkyní Státního zemědělského intervenčního fondu, který dotace přerozděluje v rámci programu Podpora cestovního ruchu.

Výše požadované dotace činí 50% (z maximálních 60% hodnoty podnikatelského záměru), tedy 3 851 500 Kč. Navrhuji nechat si zpracovat žádost a poradit od externí firmy a poté je velmi vysoká pravděpodobnost, že dotace firma dostane.

Do karet však příliš nehraje současná ekonomická krize, v jejíž době se zpřísnily podmínky poskytování úvěrů. Vše však závisí na dobře zpracovaném podnikatelském záměru. Po zpracování a podání Žádosti o dotaci jsem navrhla podnikatelce vystavět z vlastních finančních prostředků stavbu, kterou se zavázat svým ručením při poskytovaném dlouhodobém hypotečním úvěru u Komerční banky, přičemž předpokládaná celková výše zajištění bude 6 344 000 Kč. Úvěr bude žádán ve výši 5 392 000 Kč. Pokud bude poskytnuta nenávratná dotace v plné požadované výši, sníží se cizí kapitál, který bude muset podnikatelka splatit na částku 1 540 500 Kč a upraví se úvěrová smlouva o nové podmínky.

Tento podnikatelský záměr dává podnikatelce odpověď na její otázky, na které potřebovala odpověď znát. Je zde souhrn informací potřebných pro zvážení této, pro ni nové, podnikatelské činnosti s navrhovaným postupem řešení a předběžným finančním propočtem. Tento propočet a souhrn vizí je kontrolou zda byly cíle splněny.

Tímto považuji cíl této diplomové práce za splněný.

## 7 SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

### 7.1 Seznam obrázků

Obr. č. 1 Logo firmy „Prath“, Vinařství Zuzana Prátová

### 7.2 Seznam grafů

Graf č. 1	Procentuální vyjádření věkových kategorií respondentů
Graf č. 2	Kolik respondentů zná značku vín „Prath“
Graf č. 3	Počet dotázaných (v %), kteří pijí či nepijí víno
Graf č. 4	Kolik % dotazovaných, kteří pijí víno, pilo víno značky „Prath“
Graf č. 5	Obliba vín značky „Prath“
Graf č. 6	Obliba poznávání jižní Moravy
Graf č. 7	Znalost rozvoje a propagace cestovního ruchu na jižní Moravě
Graf č. 8	Preference ubytování
Graf č. 9	Využití noclehu na jižní Moravě
Graf č. 10	Pravděpodobný počet strávených nocí
Graf č. 11	Preferovaný typ stravování
Graf č. 12	Spojení výletu na jižní Moravu s nákupem vína

### 7.3 Seznam tabulek

Tab. č. 1	Návštěvnost krajů v České republice v roce 2008
Tab. č. 2	Ceník v hlavní sezóně
Tab. č. 3	Ceník ve vedlejší sezóně
Tab. č. 4	Ceník zapůjčení sportovního vybavení
Tab. č. 5	Ostatní poplatky
Tab. č. 6	Předpokládaný zakladatelský rozpočet
Tab. č. 7	Předpokládané provozní příjmy za ubytovací činnost za rok
Tab. č. 8	Předpokládané provozní příjmy za snídanež za rok
Tab. č. 9	Předpokládané provozní příjmy z provedených degustací za rok
Tab. č. 10	Předpokl. provozní příjmy ze zapůjčování sport. vybavení za rok

Tab. č. 11	Předpokládané provozní příjmy celkem za rok
Tab. č. 12	Odměňování zaměstnance za měsíc
Tab. č. 13	Předpokládané provozní výdaje za 1. rok bez splátek úvěru
Tab. č. 14	Předpokládané provozní výdaje za 1. rok
Tab. č. 15	Předpokládané provozní výdaje za 2.-5. rok bez splátek úvěru
Tab. č. 16	Předpokládané provozní výdaje za 2.-5. rok
Tab. č. 17	Předpokládané provozní výdaje za 6.-20. rok bez splátek úvěru
Tab. č. 18	Předpokládané provozní výdaje za 6.-20. rok
Tab. č. 19	Předpokládané provozní výdaje za 21.-30. rok
Tab. č. 20	Předpokládané provozní výdaje za 31. rok a následující roky
Tab. č. 21	Předpokládaný čistý zisk z provozní činnosti v 1. roce
Tab. č. 22	Předpokládaný HV z hlavní sezóny před zdaněním v 1. roce
Tab. č. 23	Předpokládaný HV z vedlejší sezóny před zdaněním v 1. roce
Tab. č. 24	Předpokládaný čistý zisk z provozní činnosti v 2. – 5. roce
Tab. č. 25	Předpokládaný HV z hlavní sezóny před zdaněním v 2. – 5. roce
Tab. č. 26	Předpokládaný HV z vedlejší sezóny před zdaněním v 2. – 5. roce
Tab. č. 27	Předpokládaný čistý zisk z provozní činnosti 6. - 20. roce
Tab. č. 28	Předpokládaný HV z hlavní sezóny před zdaněním v 6. - 20. roce
Tab. č. 29	Předpokládaný HV z vedlejší sezóny před zdaněním v 6. - 20. r.
Tab. č. 30	Předpokládaný čistý zisk z provozní činnosti 21. - 30. roce
Tab. č. 31	Předpokládaný HV z hlavní sezóny před zdaněním v 21. - 30. r.
Tab. č. 32	Předpokládaný HV z vedlejší sezóny před zdaněním v 21. - 30. r.
Tab. č. 33	Předpokl.ý čistý zisk z provozní činnosti v 31. roce a následujících letech
Tab. č. 34	Předpokl.ý HV z hl.sezóny před zdaněním v 31. roce a následujících letech
Tab. č. 35	Předpokl. HV z vedl. sezóny před zdaněním v 31. r. a následujících. letech
Tab. č. 36	Celková doba návratnosti u pesimistické varianty
Tab. č. 37	Výpočet dlužné částky optimistických variant
Tab. č. 38	Analýza rizik

# SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

- (1.) DAVID, H. BANGS ml. *Průvodce podnikatelským plánováním. The Business Planning Guide*. 1. vyd. Praha: Pragma. 1996. 116 s. ISBN 80-7205-047-8
- (2.) DOUDA, J. *Možnosti a meze využití mezipodnikové spolupráce ke zvýšení konkurenční schopnosti podniku*. Brno: Masarykova univerzita Brno, Ekonomicko- správní fakulta, 2007.
- (3.) FOTR, J. a SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr pro investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2
- (4.) HISRIC, R. D, PETERS, M. P., *Založení a řízení nového podniku*. 1.vyd. Praha: Victoria Publishing, a.s. 1996. 501 s. ISBN 80-85865-07-6
- (5.) CHALUPSKÝ, V. *Úvod do marketingu*. 3. vyd. Brno: Novotný Z. 2004. 78 s . ISBN 80-86510-99-9
- (6.) KOTLER, P. *Marketing management*. 9. vyd. Praha: Grada.1998. 712 s. ISBN 80-7169-600-5
- (7.) KOZEL, R. a kol., *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, a.s. 2006. 277 s. ISBN 80-247-0966-X
- (8.) MALACH, A. a kol. *Jak podnikat po vstupu do EU*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a. s. 2005. 528 s. ISBN: 80-247-0906-6
- (9.) PORTER, M. E. *Konkurenční strategie*. Praha: Grada Publishing a. s. 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2
- (10.) PRÁTOVÁ, Z. *Podnikatelský záměr*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2006. 86 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Tomáš Heralecký
- (12.) SVĚTLÍK, J. *Marketing – Cesta k trhu*. 2.vyd. Zlín: Copyright .1994.256 s. ISBN 80-248-0490-7
- (13.) ŠEDÁ, A. *Jižní Morava láká turisty nejvíce..* Hodonínský deník. Rovnost. úterý 12.května 2009. č. 109
- (14.) ŠIMBEROVÁ, I. a KEŘOVSKÝ, M. *Podnikatelský záměr*.1.vyd. Brno: Novotný Z. 2006. 41 s. ISBN: 80-7355-066-0
- (15.) ŠPAČKOVÁ, I. *Postavíme dům. Letos levněji*. MF DNES, pondělí 30.3.2009, sešit B2, Byznys speciál

- (16.) TILLMANN, J. *Příprava, provádění a užívání staveb*. 304 s. 1992. Praha: Prospektrum. ISBN 80-85431-58-0
- (17.) UWE, S. *Přesvědčivý podnikatelský plán. Předpoklad získání potřebného kapitálu*. 1. vyd. Praha: MANAGEMENT PRESS, Profit, a.s. 1992. 136 s. ISBN 80-85603-12-8
- (18.) WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-075-9
- (19.) *Krajem vína, To nejlepší z vinařské turistiky na jižní Moravě 2009* (brožura)
- (20.) *Zpravodaj obce Josefov*. 2/2008. Tisk: Obecní úřad Josefov
- (21.) /online/ *Bankovní úvěry – tuzemské*. Dostupné z:  
<http://www.cenup.cz/bankovni-uvery/>. Převzato dne: 4.4.2009
- (22.) /online/ *Daň z nemovitosti*. Dostupné z: <http://www.finance.cz/dane-a-mzda/financni-kalkulacky/nemovitost/>. Převzato dne: 1.5..2009
- (23.) /online/ *Dotace*. Dostupné z: <http://www.cenup.cz/dotace-pro-podnikatele/>.  
Převzato dne: 2.2.2009
- (24.) /online/ *Fiktivní založení firmy (Penzion U slunka)*. Dostupné z:  
<http://referaty-seminarky.cz/fiktivni-zalozeni-firmy-penzion-u-slunka/>. Vydáno: 23.9.2006. Převzato dne: 19.3.2009
- (25.) /online/ HAMŠÍK, M. *Toužíte po historické nemovitosti?*. Dostupné z:  
[http://www.nm-bydleni.cz/clanek.php?id\\_clanky=1311](http://www.nm-bydleni.cz/clanek.php?id_clanky=1311). Vydáno dne: 17.08.2008.  
Převzato dne: 20.3.2009
- (26.) /online/ *Jak se stát svým šéfem. Školící materiál*. Dostupné z:  
[www.cppz.cz/prilohy/zivnost.doc](http://www.cppz.cz/prilohy/zivnost.doc). Převzato dne: 22.3.2009
- (27.) /online/ *Josefov*. Dostupné z:  
[http://josefov.eu/default/josefov/cs/pro-turisty/informacni\\_panel.jpg](http://josefov.eu/default/josefov/cs/pro-turisty/informacni_panel.jpg), Převzato dne: 4.2.2009
- (28.) /online/ *Kalkulátor čisté mzdy*. Dostupné z: <http://www.finance.cz/dane-a-mzda/financni-kalkulacky/mzdovy-kalkulator/>. Převzato dne: 5.5..2009
- (29.) /online/ KUDOVÁ, D. *Bariéry vstupu v odvětví produkce jablek v České republice*. Dostupné z:  
[www.agris.cz/etc/textforwarder.php?iType=2&iId=151518&PHPSESSID=71](http://www.agris.cz/etc/textforwarder.php?iType=2&iId=151518&PHPSESSID=71).

Brno: Mendlova zemědělská a lesnická univerzita v Brně. Ústav managementu.  
Převzato dne: 27.3.2009

- (30.) /online/.*Naše činnosti*. Dostupné z:  
[http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/o\\_nas~nase\\_cinnosti](http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/o_nas~nase_cinnosti). Převzato dne:  
3.4.2009
- (31.) /online/ *Normy pro poskytování ubytovacích služeb*. Dostupné z:  
[http://www.komora.cz/hk-cr/inmp/knihovna-informaci-pro-podnikani/zahajeni--ukonceni-podnikani-zmeny-v-zivote-podniku/ziskani-zl-koncese/art\\_22338/normy-pro-poskytovani-ubytovacich-sluzeb.aspx](http://www.komora.cz/hk-cr/inmp/knihovna-informaci-pro-podnikani/zahajeni--ukonceni-podnikani-zmeny-v-zivote-podniku/ziskani-zl-koncese/art_22338/normy-pro-poskytovani-ubytovacich-sluzeb.aspx). Převzato dne: 12.2.2009
- (32.) /online/ *OFICIÁLNÍ JEDNOTNÁ KLASIFIKACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V ČESKÉ REPUBLICE*. Dostupné z: <http://www.hotelstars.cz/>. Dne: 18.3.2009
- (33.) /online/ *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky*.  
Dostupné z: [www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/klasifikace2004-uvod.doc](http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/klasifikace2004-uvod.doc).  
Převzato dne: 15..2009
- (34.) /online/ *Penzion*. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Penzion>. Převzato dne:  
13.2.2009
- (35.) /online/ *Protipožární zabezpečení objektu, Hotely, restaurace, kavárny / 12.07.2007*. Dostupné z: [http://www.komora.cz/hk-cr-top-02-sede/podpora-podnikani-v-cr/oborove-informace/obchod-a-cestovni-ruch/hotely-restaurace-kavarny/art\\_22626/protipozarni-zabezpeceni-objektu.aspx](http://www.komora.cz/hk-cr-top-02-sede/podpora-podnikani-v-cr/oborove-informace/obchod-a-cestovni-ruch/hotely-restaurace-kavarny/art_22626/protipozarni-zabezpeceni-objektu.aspx). Převzato dne:  
15.3.2009
- (36.) *Pravidla, kterými se stanovují podmínky pro poskytování dotace na projekty programu rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013. Opatření III. 1.3. Podpora cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo zemědělství. Duben 2008. 58 s.  
ISBN 978-80-7084-711-4
- (37.) /online/ *RTS profil společnosti*. Dostupné z: <http://www.rts.cz/about.html>.  
Převzato dne: 1.3.2009
- (38.) /online/ STRÍBRNÁ, M. *Venkovská turistika a certifikace*. Dostupné z:  
[www.regionhranicko.cz/dokumenty/projekty/18/prezentace/prezentace\\_venkovskaturistika\\_a\\_certifikace.ppt](http://www.regionhranicko.cz/dokumenty/projekty/18/prezentace/prezentace_venkovskaturistika_a_certifikace.ppt). Převzato dne: 2.3.2009
- (39.) /online/ *Ubytovací jednotka*. § 3 písm. g) vyhlášky č. 137/1998 Sb., o obecných

technických požadavcích na výstavbu, Dostupné z:

<http://business.center.cz/business/pojmy/pojem.aspx?PojemID=1837>. Převzato dne: 12.2.2009

(40.) /online/ *Víno a turistika*. Dostupné z:

<http://www.wineofczechrepublic.cz/5-vino-a-turistika-cz.html>. Převzato dne: 16.2.2009

(41.) /online/ *Vznikla Agentura cestovního ruchu jižní Moravy*. Dostupné z:

<http://www.izdoprava.cz/view.php?cislocclanku=2005121901>. Vydáno dne: 19. 12. 2005. Převzato dne: 16.2.2009

(42.) /online/ *Živnost volná – seznam oborů od 1.7.2008 (po novele živnostenského zákona)*. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/zivnost-volna-seznam-oboru-od-1-7-2008-po-novele-zivnostenskeho-zakona.html>. Vydáno dne: 08.07.2008.

Převzato dne: 19.3.2009

(43.) /online/ *Živnosti volné jdou na dietu, od července se redukují na jedinou*.

Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/podminky-u-zivnosti-volnych-nove/>. Vydáno: 11. 6. 2008. Převzato dne: 18.3.2009

## SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ

ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
CZK	Koruna česká (kód)
HRDP	Horizontální plán rozvoje venkova
CHKO	Chráněná krajinná oblast
DHM	Dlouhodobý hmotný majetek
DP	Daň z příjmů
EAFRD	Evropský zemědělský fondu pro rozvoj venkova
EAGF	Evropský zemědělský záruční fond
EFF	Evropský rybářský fond
EIA	Enviromental Impact Assessment
EU	Evropská unie
FÚ	Finanční úřad
JZD	Jednotné zemědělské družstvo
Kč	Koruny české
KDU-ČSL	Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová
KSČM	Komunistická strana Čech a Moravy
LV	List vlastnictví
m <sup>2</sup>	Metry čtvereční
mil.	Milion
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
NUTS	Nomenklatura územních statistických jednotek
ODS	Občanská demokratická strana
OSSZ	Okresní správa sociálního zabezpečení
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
OP RVMZ	Operační program rozvoj venkova a multifunkční zemědělství
PC	Požizovací cena
PRV	Program rozvoje venkova
RTS	RTS, a.s. (český producent informačních systému a technických, ekonomických a inženýrských služeb)

SZIF	Státní zemědělský intervenční fond
Sb.	Sbírky
UNESCO	Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu
Wifi	Lokální bezdrátová síť

# SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1	Rozpočet stavby a parkoviště
Příloha 2	Předpokládaný rozpočet vybavení
Příloha 3	Předpokládané příjmy z ubytovací činnosti za rok
Příloha 4	Předpokládané příjmy z poskytování snídaní za rok
Příloha 5	Dotazník
Příloha 6	Druhy podpor podle normy a podle územní hierarchie
Příloha 7	Členění podpor v České republice
Příloha 8	Mapa regionu
Příloha 9	Katastrální mapa
Příloha 10	Bodová kritéria dotačního programu
Příloha 11	Nabídka hypotečního úvěru – Komerční banka
Příloha 12	Struktura dokladů požadovaných k žádosti o úvěr
Příloha 13	Doplňující údaje – daňová evidence pro žádost o úvěr
Příloha 14	Dotazník pro vyhodnocení bonity klienta
Příloha 15	Nabídka hypotečního úvěru – Česká spořitelna