

Studie proveditelnosti – založení pivnice

Student: Bc. Eliška Kosinová

Vedoucí práce: doc. Ing. Vytlačil Dalibor, CSc.

Akademický rok: 2020/2021



ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE, MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDÍÍ

Abstrakt

Cílem práce je zpracovat studii proveditelnosti dle investičního záměru a posoudit realizovatelnost projektu, následně určit PR strategii nově začínajícího podniku. Přínosem studie proveditelnosti je zhodnocení investičního záměru z významných hledisek, která slouží jako podklad pro investiční rozhodnutí. Přínosem PR strategie je vytvoření a udržení pozitivního vztahu s okolím.

Diplomová práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se zabývá projektovým řízením, studií proveditelnosti a PR strategií. V praktické části jsou aplikované poznatky z teoretické části uvedené na konkrétním projektu, kterým je založení pivnice v Chomutově.

Abstract

The aim of the work is to prepare a feasibility study according to the investment plan and assess the feasibility of the project, then determine the PR strategy of the newly starting company.

The benefit of the feasibility study is the evaluation of the investment plan from important points of view, which serves as a basis for investment decision. The benefit of a PR strategy is the creation and maintenance of a positive relationship with the environment.

The diploma thesis is divided into theoretical and practical part. The theoretical part deals with project management, feasibility study and PR strategy. In the practical part is applied the knowledge from the theoretical part to a specific project, which is the establishment of a pub in Chomutov.

Cíl a přínos práce

Cílem práce je zpracovat studii proveditelnosti dle investičního záměru a posoudit realizovatelnost projektu, následně určit PR strategii nově začínajícího podniku.

Přínosem studie proveditelnosti je zhodnocení investičního záměru z významných hledisek, která slouží jako podklad pro investiční rozhodnutí. Přínosem PR strategie je vytvoření a udržení pozitivního vztahu s okolím.

Popis projektu z jednotlivých hledisek

Investičním záměrem je **založit novou pivnici v Chomutově**, kde budou nabízeny zejména **pivní speciály** a další alkoholické i nealkoholické nápoje, drobné občerstvení a dvě jídla z obědového menu. Ve městě chybí podnik, který nabízí pět pivních speciálů a zároveň vaří hlavní jídlo. Ve městě jsou v současné době pouze tři podniky, které jsou Pivnici konkurenceschopné (za konkurenta je považována jakákoliv hospoda, která nabízí alespoň jeden pivní speciál).

Pivnice má oficiální název **Pivnice Chomutov** a nachází se v centru Chomutova v pronajatém prostoru. Forma obchodní společnosti je společnost s ručením omezením, kde majitelka je investorem a zároveň má kompletně celý podnik na starosti včetně řízení lidských zdrojů. Z hlediska organizační struktury se jedná o lineární organizační strukturu, kdy je v podniku **zaměstnáno pět lidí** – majitelka, kuchař, obsluha a dva brigádníci.

Cílem podniku je nabízet **pivní speciály z minipivovarů**, které nejsou ve městě k dispozici a také objednávat pivní speciály dle požadavků zákazníka, a v důsledku toho vytvořit podnik s loajálními zákazníky. Z kvantitativního výzkumu vyplývá, že **73 %** ze 126 tázaných by mělo zájem o otevření nové pivnice v Chomutově. Celková počáteční investice je **800 308 Kč**, projekt bude celkově financován vlastními ve výši **800 000 Kč** a cizími zdroji ve výši **400 000 Kč**.

Předpokládaný počátek projektu se plánuje na **28.3.2022** (datum založení živnosti) a měl by být ukončen **24.6.2022** (otevření Pivnice), projekt trvá celkem **3 měsíce a 1 týden**. Pokud se v začátku projektu bude Česká republika nacházet ve **stavu, který omezuje provozování služeb v pohostinství z důvodu koronavirové pandemie**, bude začátek projektu posunut.

Pro projekt bylo klíčové jeho ekonomické zhodnocení, které lze vidět v následující tabulce.

Ekonomické zhodnocení projektu

Ukazatel / varianta	Optimistická	Realistická	Pesimistická
NPV	3 592 868	1 797 522	135 315
Diskontovaná doba návratnosti (k=15%)	2	3	5
IRR	127 %	69 %	19%
Přijetí investice	ANO	ANO	ANO

Z hlediska všech ukazatelů ve všech scénářích je projekt přijatelný, proto je doporučeno tento projekt realizovat.

PR strategie

Podnik klade také velký důraz na PR strategii, jejíž primárním cílem je navázání vztahu se zákazníky a postupné vybudování věrné klientely.

Z hlediska strategie je tento cíl rozdělen na dva dílčí cíle (navázání vztahu a vybudování loajálních zákazníků), předpokladem pro naplnění prioritního cíle je sestavení kvalitního týmu a vhodná firemní kultura v Pivnici.

Daných dílčích cílů se bude **dosahovat pomocí kombinace jednotlivých marketingových nástrojů** jako je reklama, word of mouth marketing, podpora prodeje, sponzoring, webové stránky a působnost na Facebooku a Instagramu.

