Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra ekonomiky

Bakalářská práce

Specifika podnikatelského záměru v pohybových aktivitách a tělovýchově

Vypracoval: Jiří Valík
Vedoucí práce: Ing. Antonín Šmejkal Ph.D.
České Budějovice 2018

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Akademický rok: **2016/2017**

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Jiří VALÍK**
Osobní číslo:	**E15275**
Studijní program:	**B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Řízení a ekonomika podniku**
Název tématu:	**Specifika podnikatelského záměru v pohybových aktivitách a tělovýchově**
Zadávající katedra:	**Katedra ekonomiky**

Zásady pro vypracování:

Cílem práce je vymezit obsah a obvyklou strukturu podnikatelského záměru v rámci předinvestiční přípravy. Podrobněji popsat proces a zásady tvorby úspěšného záměru při hledání zdrojů jeho financování. Definovat specifika podnikání v pohybových aktivitách, která je třeba zohlednit v rámci finančního plánování. Sestavit konkrétní podnikatelský záměr v oboru v oblasti poskytování tělovýchovných a sportovních služeb.

Osnova:
1. Definice základních pojmů
2. Účel a přínosy podnikatelského záměru
3. Obsah, obvyklá struktura a proces tvorby dokumentů v rámci předinvestiční přípravy
4. Zdroje financování podnikatelského záměru a jejich náklady
5. Specifika podnikání v oblasti poskytování tělovýchovných a sportovních služeb
6. Případová studie - zpracování podnikatelského záměru v oblasti poskytování tělovýchovných a sportovních služeb

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Baker, H. Kent (2011). Capital budgeting valuation: financial analysis for today's investment projects [online]. Hoboken, N. J.: Wiley.
Bessant, J. R., & Tidd, J. (2015). Innovation and entrepreneurship (Third edition). Chichester: John Wiley.
Fotr, J. (2012). Tvorba strategie a strategické plánování (1. vyd.). Praha: Grada Publishing.
Higgins, R. C. (2012). Analysis for Financial Management. New York: McGraw - Hill/Irwin.
Kislingerová, E., & kol. (2010). Manažerské finance. Praha: C. H. Beck.
Koráb, V., & Režňáková, M. (2007). Podnikatelský plán (Vyd. 1.). Brno: Computer Press.
Landa, M. (2007). Finanční plánování a likvidita (Vyd. 1.). Brno: Computer Press.
Marinič, P. (2008). Plánování a tvorba hodnoty firmy (1. vyd.). Praha: Grada Publishing.
Srpová, J. (2011). Podnikatelský plán a strategie (1. vyd.). Praha: Grada Publishing.
Veber, J., & Srpová, J. (2012). Podnikání malé a střední firmy (3., aktualizované a doplněné vydání). Praha: Grada.
Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)
Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Antonín Šmejkal, Ph.D.**
Katedra ekonomiky

Datum zadání bakalářské práce: **20. ledna 2017**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2018**

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (25)
370 05 České Budějovice

Ing. Robert Zeman, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 24. října 2017

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 12. dubna 2018

……

Jiří Valík

Poděkování

Děkuji vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Antonínu Šmejkalovi, PhD za jeho odborné vedení, cenné rady a připomínky při konzultacích během vypracovávání této bakalářské práce.

Obsah

1 Úvod 3

2 Definice základních pojmů 4

2.1 Podnikání 4

2.1.1 Podnikatel 4

2.2 Podnikání versus zaměstnanecký poměr 5

2.3 Právní formy podnikání 5

2.3.1 Podnikání fyzických osob 5

2.3.2 Podnikání právnických osob 6

2.4 Motivace a předpoklady podnikatele 11

2.5 Podnikatelský záměr 11

2.5.1 Účel podnikatelského záměru 11

2.5.2 Přínosy podnikatelského záměru 12

2.6 Struktura podnikatelského plánu 12

2.6.1 Titulní list 13

2.6.2 Obsah 14

2.6.3 Úvod, účel a pozice dokumentu 14

2.6.4 Shrnutí 14

2.6.5 Popis podnikatelské příležitosti 14

2.6.6 Cíle firmy a vlastníka 15

2.6.7 Potencioální trhy 16

2.6.8 Analýza konkurence 16

2.6.9 Marketingová a obchodní strategie 17

2.6.10 Realizační projektový plán 18

2.6.11 Finanční plán 18

2.6.12 Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu 19

2.6.13 Přílohy 21

2.7 Financování podnikatelského plánu 21
2.7.1 Vlastní zdroje financování 21
2.7.2 Cizí zdroje financování 22
2.8 Specifika podnikání v oblasti tělovýchovných a sportovních služeb 23
3 Cíl práce a metodika 25
3.1 Cíl práce 25
3.2 Hypotézy bakalářské práce 25
3.3 Metodický postup 25
4 Vlastní práce 28
4.1 Titulní strana 28
4.2 Shrnutí 29
4.3 Popis podnikatelské příležitosti 29
4.4 Cíle firmy a vlastníků 30
4.5 Potencionální trhy 30
4.6 Analýza konkurence 31
4.7 Marketingová a obchodní strategie 36
4.8 Finanční plán 41
4.8.1 Předpokládané výnosy a náklady 43
4.8.2 Předpokládaný stav majetku 48
4.8.3 Hodnocení efektivnosti investice 49
4.9 Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu - SWOT analýza, rizika projektu 51
4.10 Přílohy 53
4.10.1 Příkladná fotodokumentace vybavení Fitness centra 54
5 Závěr 57
5.1 Výsledky hypotéz 57
6 Seznam použité literatury 59

1 Úvod

Jeden z hlavních předpokladů pro zahájení úspěšného podnikání a jeho financování jekvalitně zpracovaný podnikatelský plán. Podnikatelský plán by nám měl specifikovat charakteristiku firmy, řízení a cíle, kterých bychom chtěli dosáhnout. Dále bychom měli uvažovat, zda je podnikatelský záměr reálný, konkurence schopný a dostatečně rentabilní.

Předmětem tohoto podnikatelského záměru je založení fitness centra. Tuto oblast podnikání jsem si zvolil hlavně proto, že mám rád sport, fitness a věci s tím spojené, jako je vyvážené a kvalitní stravování. V budoucnu bych rád provozoval vlastní fitness centrum.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části - teoretickou a praktickou. Teoretická práce se zaměřuje na základní pojmy, jaké jsou možnosti podnikání , jaké jsou k tomu náležitosti a jaký by člověk měl mít předpoklady, aby úspěšně podnikal. Dále je v teoretické části popsán podnikatelský plán. Ten nemusí být vždy psán na nový projekt, ale i na rozšíření stávajícího projektu. V práci jsou zobrazeny účel, přínos a struktura podnikatelského záměru. Struktura podnikatelského plánu je detailně popsána krok po kroku, co by v podnikatelském plánu nemělo chybět.

Praktická část se zabývá konkrétním podnikatelským záměrem na vybudování fitness centra v Jihlavě. Je rozdělena do 10 kapitol, které jsou detailně popsány. Tento plán je sestaven na základě reálné situace a při sestavení plánu byla použita reálná data. Z počátku je krátce popsaná podnikatelská příležitost společně s cíli. Detailně je popsaná analýza konkurence, včetně jejich nabídky služeb společně s ceny a jejich největší klady a zápory. Další velká část je věnovaná potencionálním zákazníkům a marketingové strategii, kde je popsáno co všechno fitness centrum bude nabízet, za jaké ceny, na jakém místě a jak se chce společnost propagovat, a s tím spojený cílový segment zákazníků a jak je rozsáhlý. Poslední a velmi důležitý je finanční plán společnosti, kde jsou sepsány veškeré vstupní náklady na založení fitness centra, dále jsou ve finančním plánu popsané tři varianty odhadovaných nákladů a výnosů v prvním roce podnikání. Finanční plán také obsahuje plánovanou rozvahu a výkaz zisku a ztráty na 5 let dopředu. V poslední řadě jsou přílohy podnikatelského plánu, kde je například detailní soupis a popis vybavení fitness centra společně s ceny a fotodokumentací.

2 Definice základních pojmů

2.1 Podnikání

k obecným rysům všech pojetí „podnikání" patří:

- cílevědomá činnost
- iniciativní a kreativní přístup
- organizování a řízení transformačních procesů
- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota
- převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu
- opakování, cyklický proces

Podnikání lze definovat ve 4 odvětvích - Právnické, ekonomické, psychologické, sociologické

Právnické : „*Podnikání je samostatná výdělečná činnost vykonávaná na vlastní účet a odpovědnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem zisku.*" (§ 420 odst. 1 NOZ).

Ekonomické pojetí: podnikání zahrnuje ekonomické zdroje a jiné aktivity tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota.

Psychologické: podnikání je činnost motivovaná potřebou vyzkoušet si něco, něco dokázat, něco si splnit ke svému uspokojení. Podnikání je z tohoto hlediska prostředek k dosažení seberealizace, být nezávislý a postavit se na vlastní nohy.

Sociologické: podnikání je vytváření prospěchu pro všechny zúčastněné hledáním cesty k efektivnějšímu využití zdrojů pomocí vytváření nových pracovních příležitostí. (Veber & Srpová, 2005).

2.1.1 Podnikatel

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

Podnikatel je:

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

2.2 Podnikání versus zaměstnanecký poměr

Při zabývání se otázkou, zda začít podnikat nebo se nechat zaměstnat musíme brát v úvahu rozdíly mezi těmito dvěma formami výdělku. Rozdíly jsou například v nástupu do zaměstnání, kdy podnikatel musí vyřídit mnoho potřebných věcí na úřadech, v míře ručení, kde v zaměstnání nemá v podstatě žádné ručení za to podnikatel musí ručit celým svým majetkem nebo do výše nesplaceného vkladu podle právní formy podnikání. V rozsahu odpovědnosti - zaměstnanec má odpovědnost pouze za výsledky své práce, za to podnikatel za výsledky celé firmy, dodržování norem apod. V možnosti růstu - zaměstnanec má ve většině případů delší kariérní postup, za to podnikatel může mít rychlý růst. V náplni práce, zaměstnanec má danou náplň práce ve smlouvě, podnikatel musí často improvizovat a dělat vše co je třeba. Dále jsou rozdíly v pracovní době, ve výši platu , jeho pravidelnosti a v dalších faktorech (Veber, Srpová & kol., 2012)

2.3 Právní formy podnikání

Na úvod zahájení podnikání si podnikatel musí rozmyslet, jaká právní forma bude nejvhodnější. Je to důležitý krok, který bude mít vliv na budoucí fungování podniku. Právní formu samozřejmě může kdykoliv změnit, ale jsou s tím spojené další náklady, proto je dobré hned ze začátku dobře zvážit všechny klady a zápory (Veber, Srpová & kol., 2012).

2.3.1 Podnikání fyzických osob

Můžeme znát i jako osoba samostatně výdělečně činná. Podniká na základe živnostenského oprávnění, které prokazuje výpisem ze živnostenského rejstříků. Tuto činnost upravuje zákon o živnostenském podnikání č. 455/1991 Sb. §2 a živnost se dělí na živnost ohlašovací a koncesovanou.

Ohlašovací živnost - jsou vykonávány na základě ohlášení, oprávnění vzniká okamžikem nahlášení záměru provozovat živnost živnostenskému úřadu

Živnosti ohlašovací se dále dělí na:

řemeslné - § 20,

vázané - § 23,

volné - § 25

Koncesovaná živnost - tento druh živnosti lze provozovat pouze na základě povolení (konces) a musí splňovat dané podmínky na udělení koncese. Jedná se například o živnosti na provádění pyrotechnického průzkumu, provozování cestovní kanceláře, provozování pohřební služby a další. (Srpová & Řehoř, 2010)

2.3.2 Podnikání právnických osob

Jedná se o skupinu lidí, kteří jsou vedeni podle zákona za samostatný právní subjekt. Všechny typy právnických osob musí být zapsány v obchodním rejstříku. Zákon o obchodních korporacích umožňuje:

Osobní společnosti - u těchto společností se předpokládá účast podnikatele na řízení společnosti a neomezené ručení společníků za závazky společnosti.

- veřejná obchodní společnost (v.o.s.),
- komanditní společnost (k.s.),

Kapitálové společnosti - společníci mají povinnost vnést vklad, ručení za závazky je omezené nebo žádné.

- společnost s ručením omezeným (s.r.o.),
- akciová společnost (a.s.)

Družstva - družstvo je společenství o nejméně 3 osobách, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů či třetích osob, případně za účelem podnikání
(Veber & Srpová a kolekt., 2012)

Tabulka 1 Charakteristika právních norem

Charakteristika základních právních forem podnikání						
Práv.forma	Živnostník	v.o.s.	k.s.	s.r.o.	a.s.	družstvo
1.ručení	Neomezeně	Společnost neomezeně, společníci neomezeně veškerým svým majetkem, společně a nerozdílně	Společnost neomezeně, komplementáři neomezeně, komanditisté jen do výše nesplaceného vkladu	Společnost neomezeně, společníci jen do výše nesplaceného vkladu všech společníků	Společnost neomezeně, akcionáři neručí za závazky společnosti	Družstvo neomezeně, členové neručí za závazky
2. oprávnění k řízení	sám řídí	Všichni společníci, příp. jen někteří společníci nebo jeden společník	Všichni komplementář, příp. jen někteří komplementáři nebo jeden komplementář	Nejvyšším orgánem je valná hromada, společnost vede jednatel, resp. jednatelé, může být dozorčí rada	Nejvyšším orgánem je valná hromada, dualistický systém - představenstvo (řídí) a dozorčí rada(dohlíží) nebo monistický systém - statutární ředitel(řídí) a správní rada(dohlíží)	Nejvyšším orgánem je členská schůze, představenstvo(řídí) a kontrolní komise(kontroluje); v malém družstvu(do 50 členů) - řídí předseda a kontr.člen.schůze
3. Počet zakladatelů	1 fyzická osoba	Nejméně 2 osoby(fyzické nebo právnické)	Nejméně 2 osoby(fyzické nebo právnické) a sice nejméně 1 komplementář a 1 komanditista	I 1 osoba (fyzická nebo právnická)	I 1 osoba - zakladatel (fyzická nebo právnická)	Nejméně 3 členy osoba (fyzické nebo právnické)

4. Nároky na počáteční kapitál	není upraveno	není upraveno (základní kapitál může vzniknout - vklady společníků)	Není upraveno (základní kapitál vždy vznikne - vklady komanditistů)	Není upraveno základní kapitál vždy vznikne- minimální vklad společníka je 1 Kč)	Minimální výše základního kapitálu je 2000000 Kč, nebo 80 000 EUR	Není upraveno (základní kapitál vždy vznikne- každý člen se podílí zákl.člen.vkladem)
5. Administrativní náročnost	Povolení živnosti	Společenská smlouva (notářsky ověřená); povolení živnosti; zápis do obchodního rejstříku	Společenská smlouva (notářsky ověřená); povolení živnosti; zápis do obchodního rejstříku	Společenská smlouva nebo zakladatelská listina (formou notářského zápisu); složení vkladů na účet; povolení živnosti; zápis do obchodního rejstříku	Společenská smlouva nebo zakladatelská listina (formou notářského zápisu);přijetí stanov(kdo přijal stanovy a upsal akcie, je zakladatel) - určují též splacení základního kapitálu vzniku a.s. a orgány společnosti; povolení živnosti; zápis do obchodního rejstříku	Společenská smlouva se uzavírá přijetím ustavující schůze - přijímá stanovy, volí orgány, schvaluje způsob splnění základního členského vkladu; povolení živnosti; zápis do obchodního rejstříku
6. Účast na zisku(ztrátě)	Je k dispozici podnikateli	Zisk a ztráta se dělí mezi společníky rovným dílem(nestanoví-li společenská smlouva jinak)	Zisk a ztráta se dělí mezi komplementáře a společnost (komanditisty) na polovinu, komplementáři si dělí na část zisku a ztráty na ně	Zisk se dělí mezi společníky v poměru podílů(resp. - vkladů - výše podílu se určuje podle poměru vkladu společníka k základnímu kapitálu); nestanoví-	Zisk se dělí mezi akcionáře podle poměru jejich podílů k základnímu kapitálu (nevyplývá-li ze stanov ve vztahu k určitému druhu akcií něco jiného)	Zisk se dělí mezi členy v poměru splacených vkladů(nevyplývá-li ze stanov něco jiného

			připadající rovným dílem; komanditisté si děli jejich část zisku po zdanění podle jejich podílů(vkladů) resp. podílů a komanditních sum, ztrátu komanditisté nenesou nestanoví-li společenská smlouva jinak	li společenská smlouva jinak		
7. Finanční možnosti	Minimální kapitálové vybavení, obtížný přístup k cizím zdrojům	Vlastní kapitál tvoří vklady společníků, možnosti rozšíření kapitálu - zvýšení vkladů, přijetí nového společníka	Vlastní kapitál tvoří vklady komanditistů; možnosti rozšíření kapitálu - zvýšení vkladů komanditistů, tichý společník; obtížný přístup k úvěru; vklady komanditistů jsou zachyceny v obchodním rejstříku	Vlastní kapitál tvoří vklady společníků(min. vklad společníka je 1); možnosti rozšíření kapitálu - zvýšení vkladu; přijetí dalšího společníka; tichý společník; přístup k cizím zdrojům závisí na rozsahu vlastního kapitálu, komplikuje jej omezené ručení společníků	Min. výše základního kapitálu je 2000000 Kč(resp. 80 000 EUR); možnosti rozšíření kapitálu - emisí nových akcií; nejlepší přístup k cizím zdrojům; nejvyšší stupeň ochrany věřitelů	Vlastní kapitál tvoří vklady členů; možnosti rozšíření kapitálu - další členský vklad, vstup dalších členů; přístup k úvěru závisí na velikosti vlastního kapitálu

8. Daňové zatížení	Podléhá dani z příjmu fyzických osob	Nepodléhá dani z příjmu právnických osob; zisk(základ daně) se rozdělí mezi společníky a jim je zdaněn jako jejich příjmem z podnikání daní z příjmu fyzických osob	Podléhá dani z příjmů právnických osob, základ daně se však sníží o podíl na zisku komplementářů; komplementáři zdaní zisk jako jejich příjem z podnikání daní z příjmů fyzických osob	Podléhá dani z příjmu právnických osob	Podléhá dani z příjmu právnických osob	Podléhá dani z příjmu právnických osob
9. Zveřejňovací povinnost	Zveřejňovací povinnost mají všechny právnické a fyzické osoby zapsané v obchodním rejstříku, které jsou povinny mít účetní závěrku ověřenou auditorem, tj. dosáhly těchto kritérií: 1. aktiva celkem více než 40 000 000 Kč, 2. roční úhrn čistého obratu více než 80 000 000 Kč (čistý obrat = výnosy - prodejní slevy), 3. průměrný přepočtený stav zaměstnanců více než 50.					
	Splňuje alespoň 2 kritéria	Splňuje alespoň 2 kritéria	Splňuje alespoň 2 kritéria	Splňuje alespoň 2 kritéria	Splňuje alespoň 1 kritérium	Splňuje alespoň 2 kritéria

Krutina, V., & Novotná, M. (2014)

2.4 Motivace a předpoklady podnikatele

Motivace k podnikání může být z různých důvodů. Může to být touha po nezávislosti, nespokojenost se zaměstnáním, naděje větších zisků či ztráta zaměstnání. Jako první by si měl podnikatel stanovit jasně daný cíl a musí mít vůli ho dosáhnout. Člověk by v podnikání neměl vidět jen vyřešení své tíživé situace (ztráta zaměstnání či nespokojenost), nevede většinou k mimořádným úspěchům. Tento přístup se nazývá „tlak" (push) vychází z nutnosti uspokojení základních potřeb. Pokud však člověk chce uspokojit potřebu seberealizace „tah" (pull), je důležité včas odhalit a využít příležitosti. K podnikání však musí mít ať už duševní nebo fyzické předpoklady, které mohou být například:

Vytrvalost – z případného neúspěchu by se měl poučit, nikoliv se nechat odradit.

Iniciativa – podnikatel by měl být schopný rychle reagovat na změny trhu a novinky na trhu v různých oblastech.

Sebedůvěra – sebedůvěru podporují dílčí úspěchy, informovanost a připravenost. Dále dobře hodnotit rizika a řešit problémy

Rozhodnost – podnikatel by se měl umět s jistotou rozhodnout, pokud však váhá a má obavy z odpovědnosti či odkládá důležitá rozhodnutí, pak není podnikání vhodné

Zdravotní stav – podnikáni je často časově náročné, podnikatel je vystaven stresům a tlakům, proto by toto hledisko měl zvážit.

Odpovědnost –„nese odpovědnost za zaměstnance, zákazníky, jednání s dodavateli a neposlední řadě za dodržování zákonů a placení daní (Bednářová & Škodová - Parmová, 2010)

2.5 Podnikatelský záměr

2.5.1 Účel podnikatelského záměru

Podnikatelský záměr slouží k interním a externím účelům. Pro interní uživatele slouží jako plánovací nástroj a nástroj kontroly. Je používán za základ pro rozhodování. Podnikatelský plán zde slouží jako tzv. „vodítko" v případě začínajícího podnikání a v případě, kdy podnikatel přesně neví, jaké budou postupy.

Pro externí uživatele slouží podnikatelský plán k analýzám, zda je daný podnik schopen realizovat investiční program a splnit požadavky a očekávání, která jsou na firmu kladena.

„Kvalitně zpracovaný podnikatelský záměr tak dává často daleko větší šanci společnosti získat podporu investorů a nutné finanční prostředky na realizaci podnikatelského záměru". (Koráb, Peterka, & Režňáková, 2007)

2.5.2 Přínosy podnikatelského záměru

Smyslem podnikatelského plánu je urovnat myšlenky a představy podnikatele. Podnikatelský záměr podrobně vypracovaný ve formě podnikatelského plánu poslouží podnikateli jako vodítko a seznam kroků, které je nezbytné pro úspěšný start a podnikání udělat.

Výsledkem podnikatelského plánu by mělo být rozhodnutí, jestli lze podnikatelský záměr realizovat a zhodnotit, jakých bude potřeba finančních zdrojů a jaké zisky můžeme očekávat.
Podnikatelský plán může být vypracován především pro samotného podnikatele, ale i pro potřebu banky, investora či partnera. Obsah se samozřejmě musí přizpůsobit, podle toho, komu je určen. Klíčovým dokumentem je podnikatelský plán i v případě podnikání formou franchizingu.

Pro podnikatele je podnikatelský plán zásadním zdrojem informací, ze kterého bude dlouhodobě čerpat, a který by měl být ještě několikrát aktualizován a doplněn (Profi podnikatelský plán, 2015).

2.6 Struktura podnikatelského plánu

Neexistuje předem stanovený obsah podnikatelského plánu. Každý investor či banka má různé požadavky na jeho strukturu a rozsah. Mnoho investorů z důvodu nedostatku času vyžaduje, aby byl podnikatelský plán zpracován pouze ve formě prezentace. Opačně u banky se setkáváme s tím, že může vyžadovat řadu dalších dokumentů ,informací a podkladů. Níže uvedená struktura podnikatelského plánu je jednou z možností, se kterou se můžeme setkat.(Srpová, Svobodová & kol, 2011)

Musí se dbát na rozsah stran. Každá kapitola, by měla být přiměřená svým rozsahem velikosti projektu. Bankovní instituce ke svému rozhodnutí nepotřebují rozsáhlé projekty, pokud podnikatel žádá o malou finanční částku. V opačném případě, když se

žádá o velkou částku a záměr je rizikový, tak by projekt měl být většího a detailnějšího rozsahu (Blackwell, 2011)

Autor (Wupperfeld, 2003) uvádí, že by měl být souhrn strohý a dostatečně výstižný, aby ho bylo možné do 10 minut přečíst a pochopit. Zásadními body shrnutí podle autora jsou:

- Předmět podnikání / Podnikatelský záměr,
- Faktory úspěchu,
- Podnikové cíle,
- Obratové a ziskové cíle a potřeba kapitálu k jejich realizaci.

Struktura podle Srpové, Svobodové & kol, (2011) je následující

- Titulní list
- Obsah
- Úvod, účel a pozice dokumentu
- Shrnutí
- Popis podnikatelské příležitosti
- Cíle firmy a vlastníka
- Potencionální trhy
- Analýza konkurence
- Marketingová a obchodní strategie
- Realizační projektový plán
- Finanční plán
- Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu
- Přílohy

2.6.1 Titulní list

Na titulním listu bude uveden obchodní název a logo firmy (pokud existuje), název podnikatelského plánu, jméno autora, důležitých osob, zakladatelů, datum založení podniku apod. Doporučuje se zde také uvést prohlášení typu: *„Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoli způsobem rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora"* Srpová, Svobodová & kol, (2011)

2.6.2 Obsah

Může se zdát samozřejmé zařadit před rozsáhlý písemný dokument jeho obsah, avšak často se na něj zapomíná. Pokud chce čtenář v plánu rychle vyhledat konkrétní informaci, může se zapomenutým obsahem ztížit vyhledávání. Obsah by neměl být příliš dlouhý a měl by být omezen na jednu až jednu a půl strany A4. Uvádíme zde nadpisy první druhé a třetí úrovně. Podrobnější členění není žádoucí z důvodu nepřehlednosti.(Srpová, Svobodová & kol., 2011)

2.6.3 Úvod, účel a pozice dokumentu

Úvod vkládáme na začátek podnikatelského záměru z důvodu, aby nedošlo k nedorozumění mezi autorem a čtenářem. Jedná se zejména účel podnikatelského záměru, podrobnosti, úplnosti, rozsahu apod. V úvodu je dobré uvést, pro koho je podnikatelský plán určen. V pozici dokumentu můžeme uvést o jakou verzi se jedná, například 1.1, ve které nejsou určité kapitoly zpracovány do detailu, protože na nich stále pracujeme a budou doplněny. Tím předcházíme, aby čtenář dohledával chybějících informace. Proto hned v úvodu je dobré čtenáře seznámit s tím, zda se jedná o zkrácenou či plnou verzi podnikatelského plánu. (Srpová, Svobodová & kol., 2011).

2.6.4 Shrnutí

Shrnutí by nemělo být chápáno jak úvod, ale jako podrobnější informace o tom, co se bude dále v podnikatelském záměru popisovat. Po přečtení shrnutí by se měl ve čtenáři vzbudit zájem o přečtení i zbytku plánu a zabývat se detaily. Rozsah shrnutí se odvíjí od charakteru záměrů obsažených v plánu a na výši potřebného kapitálu. Mělo by být v rozsahu 2-7 stran. Hlavní problém je, jak zhustit množství důležitých informací na malý rozsah stran. Účelem shrnutí je podat informace o cílech firmy, cestách k jejich dosažení, potřebné výši kapitálu a jeho zhodnocení.(Veber & Srpová a kolekt., 2012)

2.6.5 Popis podnikatelské příležitosti

Zde objasníme, v čem tkví naše podnikatelská příležitosti. Může se jednat například o objevení mezery na trhu či nalezení nějakého nové technologie. Je potřeba aby čtenář nabyl dojmu, že právě nyní je ten nejlepší okamžik pro realizaci a že právě my proto máme ty nejlepší předpoklady. Je důležité uvést kdo náš výrobek či službu potřebuje

Je třeba uvést, kdo náš výrobek či službu potřebuje a jakým způsobem bude naše příležitost převedena do tržeb a zisku. V popisu podnikatelské příležitosti se zaměříme primárně na:

- stručný popis produktu(výrobek nebo služba)
- konkurenční výhodu produktu
- užitek produktu pro zákazníka(Veber & Srpová a kolekt., 2012)

2.6.6 Cíle firmy a vlastníka

V této kapitole přesvědčujeme čtenáře, že jsme to právě my kdo je nyní schopná úspěšně realizovat předložený podnikatelský záměr.

Investoři a další společnosti poskytující kapitál se domnívají, že za úspěch či neúspěch je především odpovědné vedení firmy. Produkty, technologie či situace na trhu má též velký význam, avšak o úspěchu podnikatelského záměru rozhoduje především management a jeho schopnosti. Z tohoto důvodu budou investoři důkladně prověřovat vedení a zaměstnance naší firmy. Snaha získat finanční zdroje bude úspěšná, pokud v naší firmě budou lidé, kteří jsou schopni realizovat podnikatelský záměr. Pokud investor bude požadovat doplnění managementu, je v našem zájmu najít příslušné odborníky a zapojit je do vedení firmy.

2.6.6.1 **Cíle firmy**

Nejprve uvedeme náležitosti jako datum založení firmy, právní formu, oblast činnosti, hlavní produkty aj. Poté definujeme vizi, představu o tom, kam firma směřuje, kam se chce v určitém časovém úseku posunout. Od vize odvodíme cíle firmy. Stanovené cíle by měly být definovány výrazem SMART. Je to zkratka sestavená z prvních písmen pěti anglických slov. Tato slova stručně vystihují, jaké vlastnosti mají cíle mít:

S – Specific – specifické, konkrétní;

M – Measurable – měřitelné;

A – Achievable - akceptovatelné, dosažitelné;

R – Realistic – realistické (vzhledem ke zdrojům);

T – Timed– časově specifické/termínované

Stanovené cíle by měly být krátké a zároveň trochu reklamní. Příkladem může být:

V pátém roce činnosti firmy budeme mít zastoupení v sedmi zemích Evropy.

Do pěti let desetkrát zvýšíme hodnotu firmy.

(Srpová, Svobodová & kol., 2011).

2.6.7 Potencioální trhy

Úspěch podnikatelského záměru při realizaci je možný pouze ze předpokladu, že existuje trh, který bude mít zájem o náš produkt či službu.

Celkový trh zahrnuje všechny možnosti využití našich výrobků či služeb. Celkový trh v plánu nepopisujeme, zaměřujeme se pouze na cílový segment v rámci celkového, tedy takové skupiny, které:

- Mají užitek z našeho produktu či služby
- Mají snadný přístup k našemu výrobku či službě.
- Jsou ochotni za náš produkt nebo službu zaplatit (Koráb, Peterka, & Režňáková, 2007)

Podnikatel musí zvolit vhodnou strategii, aby získal podíl na daném trhu.
Autoři uvádí 3 fáze zhodnocení:

- Segmentace trhu: Rozdělit potencionální trh do podskupin.
- Porozumět chování každého segmentu trhu.
- Odhad tržního potenciálu: Celkový potenciál je součet poptávek jednotlivých segmentů (Galai, Hillel & Wiener, 2016).

2.6.8 Analýza konkurence

Mnozí autoři podnikatelského plánu se domnívají, že pro ně v daném odvětví neexistuje konkurence. Velmi často s to týká těch, kteří přichází na trh s novými produkty. Avšak téměř vždy se mýlí. A to z více důvodů. Zakladatelé firem často neuváží, že daný problém se dá řešit i jinými způsoby. Proto je při zpracování plánu nezbytné provést důkladnou analýzu konkurence.

V první řadě si určíme firmy, které představují konkurenci. Zde zohledníme firmy, které cílí na stejný trh a prodávají stejné či podobné produkty(skuteční konkurenti). Současně s těmito firmami mohou existovat i jiné, které nepředstavují konkurenci nyní, ale mohou jí být v budoucnu(potencionální konkurenti).

Konkurenty si rozdělíme na hlavní a vedlejší. Poté co jsme si určili své konkurenty, věnujeme se dalšímu kroku, kterým je prozkoumání jejich přednostní a nedostatků. Je potřeba vyhodnotit konkurenty, např. podle kritérií jako obrat, růst, podíl na trhu, ceny, dostupnost, prodejní cesty apod. Na základě tohoto srovnání konkurentů podle těchto kritérií můžeme určit konkurenční výhodu jednotlivých firem. Nesmíme zapomenout, že při posouzení předností a nedostatků konkurentů nezáleží na

našem hodnocení, nýbrž na tom co si myslí zákazníci. Není tedy na škodu se při průzkumu zeptat přímo zákazníků. (Srpová, Svobodová & kol., 2011)

2.6.9 Marketingová a obchodní strategie

Marketingová strategie je taktický postup pro efektivní rozložení finančních nástrojů firmy k navýšení prodeje a udržení si konkurenční výhody. Marketingová strategie je důležitá především proto, aby měl podnik větší podíl na trhu, proto musí být jeho marketingová strategie lepší, než u ostatních podniků, důležité je také zaměřit se na potřeby zákazníka (Altaxo, 2015).

Autoři Srpová, Svobodová & kol uvádějí, že marketingová strategie řeší v zásadě tři hlavní okruhy:

- výběr cílového trhu
- určení tržní pozice produktu
- rozhodnutí o marketingovém mixu

Marketingový mix

Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které podnikatel využívá k tomu, aby dosáhl marketingových cílů. Základní marketingový mix z pohledu firmy je 4P: Product, Price, Place, Promotion.

Product - je cokoli, co můžeme nabídnout na trhu, co uspokojí potřeby zákazníků a je prospěšné pro společnost.

Price - je vyjádření hodnoty produktu. Vyjadřuje hodnotu užitnou a v podstatě i hodnotu pro zákazníka. Jedná se o částku/cenu, kterou je zákazník ochoten zaplatit, aby získal produkt, který vyžaduje.

Place - určuje kde produkt bude nabízen a jakým způsobem se na uvedené místo dostane (Švarcová, 2016).

Promotion - propagace se snaží získat pozornost zákazníka, aby se o určitý produkt či službu více zajímal a dále uskutečnil nákup (Kotler & Armstrong, 2009).

S rozvojem marketingu se nyní můžeme setkat s různými modifikacemi marketingového mixu. Kotler například užívá marketingový mix 7P, přidáním prvků - politics (politicko-společenské rozhodnutí), public opinion (veřejné mínění), people (lidské zdroje).

Ve spojení s rozvojem řízení vztahů se zákazníky a marketingu se také uvádí tzv. **marketingový mix 4C** (orientovaný na zákazníka):

- customer (zákazník)
- cost (náklady na zákazníka)
- convenience (pohodlná dostupnost)
- communications (komunikace) (Srpová & Řehoř, 2010)

2.6.10 Realizační projektový plán

Realizační etapa začíná rozhodnutím o projektu (často závisí na financování), dále zpracování technické dokumentace, následuje vyjednávání a uzavírání kontraktů, vlastní investiční plán a nakonec je spuštění provozu výrobního útvaru. Všechny tyto procesy obsahují desítky až tisíce jednotlivých činností a aktivit, které je třeba vzájemně koordinovat.

Plán realizace by měl hlavně stanovit:

- jednotlivé úkoly
- časové termíny, kdy je potřeba dokončit tyto aktivity
- odpovědné osoby za realizaci aktivit
- zdroje, které bude realizace vyžadovat
- výsledky jednotlivých aktivit
- vzájemné vztahy a závislosti

Realizační projektový plán umožňuje také upřesnit investiční náklady. Příprava realizačního plánu i jeho provádění by měly respektovat zásady projektového řízení a použít odpovídající metody a techniky, jako jsou metoda kritické cesty, PERT a jiné (Fotr & Souček, 2005).

2.6.11 Finanční plán

Finanční plán transformuje předešlé části plánu do čísel. Prokazuje zda je podnikatelský záměr z ekonomického hlediska realizovatelný. Výstupy finančního plánu jsou tvořeny zejména z plánu nákladů, výnosů, peněžních toků, plánovaný výkaz zisku a ztráty, rozvaha, finanční analýza, výpočet bodu zvratu, hodnocení efektivnosti investice a jiné.

Důležité je si uvědomit, že v případě nové firmy potřebujeme finanční prostředky na založení firmy, na pořízení dlouhodobého majetku, na pořízení oběžného

majetku a prostředky na začátek podnikatelské činnosti, to znamená na financování provozních nákladů, než získáme první tržby. Tyto náklady mohou být například - nájem, mzdy, elektřina, voda, zboží atd.(Srpová, Svobodová & kol., 2011).

Finanční plán může navést k sestavení výkazů jako je rozvaha, výkaz zisku a ztráty a přehled o peněžních tocích. (Veber, Srpová & kol., 2012)

2.6.12 Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu

Během realizace nového projektu nám hrozí výskyt potencionálních rizik, které se vyskytují v daném odvětví a konkurenčním prostředí. Hlavním zájmem podnikatele je rizika včas zaznamenat a mít připravenou strategii pro jejich překonání. Tím potencionálnímu investorovi ukáže, že si tato rizika uvědomuje a je na ně připraven (Hisrich & Peters, 1996).

K analýze silných a slabých stránek, ale i příležitostem a hrozbám podnikatelského plánu můžeme využít SWOT analýzu.

SWOT analýza

Velmi často používaná, jejíž název je odvozený z prvních písmen:

- S - strengths (silné stránky)
- W - weaknesses (slabé stránky)
- O - opportunities (příležitosti)
- T - threats (hrozby)

Mezi silné stránky může patřit např. zkušený management, vysoká kvalita produktu či služby a jiné přednosti, v nichž je firma lepší než konkurence. Čím více silných stránek naše firma má tím lépe. Při analýze slabých stránek je cílem předběhnout investora a oznámit mu, že jsme mysleli na všechny směry. V případě, že uvádíme slabou stránku, je dobré na ni pozitivně odpovědět. Dokazujeme to, že jsme nad slabinami přemýšleli a našli jsme řešení, které vede k jejich odstranění. Slabou stránkou může být špatná propagace, zastaralé technické vybavení atd.

Analýza příležitostí a hrozeb se zaměřuje na okolí firmy. Umožňuje nám zohlednit atraktivní příležitosti, v kterých můžeme získat výhodu. Současně bychom se měli zamyslet nad problémy, které budeme muset řešit. Příležitosti hodnotíme z hlediska atraktivnosti a pravděpodobnosti úspěchu. Hrozby hodnotíme z hlediska závažnosti a pravděpodobnosti, že nastanou. Příležitostmi mohou být např. rozšíření na další trhy nebo využití nové technologie. Hrozbou mohou být neplatící zákazníci či zlepšení nabídky konkurence (Srpová, Svobodová & kol., 2011).

Klasifikace rizika

Na riziko můžeme nahlížet z mnoha pohledů. Mezi základní rizika patří:

Podnikatelské a čisté riziko - podnikatelské riziko má pozitivní i negativní stránku, ale čisté riziko má pouze negativní stránku. Existuje zde pouze nebezpečí vzniku negativních situací.

Systematické riziko – je vyvolané společnými faktory a postihuje všechny podnikatelské činnosti. Zdroj tohoto rizika může být např. změny rozpočtové politiky, daňové zákony, změny trhu a další.

Nesystematické riziko – riziko specifické pro jednotlivé firmy, resp. jejich investiční projekty. Zdroj tohoto rizika může být např. odchod zkušeného managementu, selhání významného dodavatele či havárie zařízení.

Vnitřní riziko – vztahují se k věcem uvnitř firmy, zejména investičních projektů. Jedná se například o rizika výzkumně-vývojová, rizika selhání managementu aj.).

Vnější riziko – vztahují se k okolí firmy, ve kterém se firma pohybuje. Zdrojem tohoto rizika jsou makroekonomické faktory (sociální, technicko-technologické a ekonomické okolí) a mikroekonomické faktory (konkurence, dodavatelé, zákazníci)

Ovlivnitelné – riziko, které lze chápat jako eliminační. Lze ho oslabit opatřením orientovaným na jeho příčiny, a to ve smyslu snížení pravděpodobnosti vzniku nežádoucích situací

Neovlivnitelné – riziko, které nemáme možnost ovlivnit ani působit na jeho příčiny (špatná měnová situace, živelné katastrofy aj.), ale můžeme přijmout opatření snižující následky (pojištění aj.).

Dále můžeme členit rizika podle jejich věcné náplně, jsou to například rizika:

Výrobní/provozní – často riziko omezující, které je způsobené nedostatkem zdrojů různé povahy (surovin, materiál, lidský kapitál aj.), které mohou mít negativní vliv na průběh výrobního procesu.

Ekonomická – tyto rizika velmi často zahrnují především širokou škálu nákladových rizik, které jsou vyvolána růstem cen materiálů, energii, služeb, mezd aj. Důsledkem růstu těchto nákladů může být nedosažení plánovaného hospodářského výsledku.

Tržní – riziko spojené s úspěšností produktu či služby na trhu. Mají převážně podobu rizik prodejních (poptávkové) ve vztahu k rozsahu prodeje a rizik cenových z pohledu dosahovaných prodejních cen (Fotr & Souček, 2005).

2.6.13 Přílohy

Jako přílohy podnikatelského plánu můžeme uvést např. výpisy z obchodního rejstříku, životopisy klíčových osobností společnosti, výkresy výrobků, výsledky analýzy trhu, propagační materiál, podklady z finanční stránky - výkazy zisků a ztráty, rozvahy a peněžní toky, důležité smlouvy aj. (Fotr & Souček, 2005).

Rozsah příloh se liší od náročnosti případu. Jsou případy kdy může mít 50 a více stran. Pokud chceme omezit počet stran, můžeme některé podklady uvést v seznamu a ten připojit k příloze s poznámkou, že podklady jsou k dispozici (Srpová, Svobodová & kol., 2011).

2.7 Financování podnikatelského plánu

Abychom mohli financovat projekt, tak je nutné zajistit finanční zdroje. Na tyto zdroje lze nahlížet ze tří hledisek. První hledisko je místo, tj. odkud se finanční zdroje získávají. Pokud je místem přímo podnik a jeho činnost, jedná se o zdroje interní. V případě, že se tyto zdroje získávají z vnějšku podniku, jde o zdroje externí. Druhé hledisko je z pohledu vlastnictví. Zde se tvoří dvě skupiny - vlastní kapitál a cizí kapitál. Třetím hlediskem je doba, na kterou podnik kapitál potřebuje, resp. za jak dlouho musí kapitál uhradit. Podle toho členíme kapitál na dlouhodobý (více než jeden rok) a krátkodobý (do jednoho roku) (Fotr & Souček, 2005).

2.7.1 Vlastní zdroje financování

Odpisy - jsou z jedné strany peněžním vyjádřením opotřebení majetku. Ze strany druhé jsou vnímány jako stabilní zdroj financování firmy. Odpisy získává firma inkasem tržeb a jsou tedy součástí peněžních příjmů. Management firmy rozhoduje, zda využije na financování provozních potřeb, splátky nebo k financování dlouhodobého rozvoje. Firma uvolněné odpisy bude potřebovat až po uplynutí životnosti majetku na jeho obnovení. Po určitou dobu tedy lze s odpisy volně disponovat (Srpová & Řehoř, 2010).

Zisk - výhodou využití zisku je to, že nevznikají další náklady jako u cizích zdrojů (čerpání úvěrů, emise dluhopisů apod.), neroste zadluženost a snižuje se podstupované finanční riziko podniku. Z toho to důvodu lze takto financova i vysoce rizikové projekty.

Vklady vlastníků - žádné podnikání nelže začít bez počátečního kapitálu osob, které podnik zakládají. Jediné v čem je rozdíl je, zda je zákonem stanovená minimální výše počátečního vkladu do společnosti (Veber, Srpová & kol., 2012).

2.7.2 Cizí zdroje financování

Zde se zaměříme na často používané formy financování, kdy vzniká dluh vůči externímu subjektu. Stojí za zvážení tzv. zlaté bilanční pravidlo vyrovnání rizika. V oblasti zdrojů, se kterými firma disponuje, doporučuje maximální poměr 1:1 vlastních a cizích zdrojů. Toto pravidlo je samozřejmě závislé na oblasti podnikání (Srpová, Svobodová & kol., 2011).

Obchodní úvěr - je poskytován v naturální podobě v odběratelsko-dodavatelském vztahů mezi firmami. Založené na základě časové neshody mezi dodávkou a jejich úhradou. Ze strany odběratele je tento nesoulad jako závazek a ze strany dodavatele pak jako pohledávka z obchodního styku. Obchodní úvěr je levný zdroj financování, z důvodu že není explicitně úročený. Dodavatel cenu úvěru zahrne do nabídkové ceny, ale je však dodavatel vystaven riziku neuhrazení, případně opožděné uhrazení ze strany odběratele (Srpová & Řehoř, 2010).

Dlouhodobý úvěr - poskytnutý bankou či jinými subjekty, kterými mohou být například dodavatelé technologie a výrobního zařízení. Velikost úvěru a způsob splácení ovlivňují úroky, které jsou součástí finančních nákladů, a peněžní toky prostřednictvím splátek. Celkovou výši nákladů úvěrů ovlivňují především tyto parametry:

- velikost úvěru
- úroková sazba
- odklad splátek
- doba splacení
- způsob placení (Fotr, 1999).

Dluhopisy - v našich podmínkách tento způsob financování není nějak výrazný. V malých a středních podnicích se s tím setkáme spíše výjimečně. Dlužník (emitent) se zavazuje vůči majiteli dluhopisu (věřiteli), že ve stanovené době splatí nominální hodnotu a ve předem dané lhůtě bude vyplácet roční či pololetní úrok věřiteli. Takto emitované cenné papíry (dluhopisy) nejsou registrovány jako veřejně obchodovatelné,

nesmí být nabízeny veřejně. Z tohoto důvodu investoři vyžadují vyšší míru výnosu za nižší likvidnost cenných papír (Srpová & Řehoř, 2010), (Veber, Srpová & kol., 2012).

Leasing - Jedná se o alternativní volbu, jak nabýt dlouhodobý majetek bez výrazného zadlužení. Firma obdrží zařízení a nemusí na něj ihned zaplatit plnou cenu. Leasingová operace má tři základní subjekty: dodavatele, leasingovou společnost a nájemce. Dodavatel uzavírá smlouvu s leasingovou firmou kupní smlouvu a zařízení přechází do vlastnictví leasingové společnosti. Leasingová společnost uzavírá s nájemcem leasingovou smlouvu. V praxi je nejčastější:

- Operativní leasing
- Finanční leasing
- Prodej a zpětný leasing (Srpová, Svobodová & kol., 2011)

2.8 Specifika podnikání v oblasti tělovýchovných a sportovních služeb

K provozování samotného fitness centra stačí volná živnost, avšak pro odborné činnosti, jako je trenér, instruktor apod. je nutná prokázat odbornost ve vázané živnosti. Jednoduše lze říci, že se vyžaduje odborná znalost u činností, u kterých je nutné mít jistotu, že osoba, která jí vykonává, má určitou úroveň znalostí. Například při užívání solária či při masáži by měl být člověk v rukách dostatečně kvalifikovaného člověka. Vázaná živnost nebo prokázaní odbornosti je také nutné k výkonu profese či nabízení služeb osobního trenéra, cvičitele skupinových lekcí nebo instruktora. Lektor, trenér či masér nemusí vlastnit živnost, je zde možnost spolupráce na bázi smlouvy, či dohody. Ale je povinnost na vyžádání živnostenského úřadu, prokázat svoji odbornost.

Poskytování tělovýchovných a sportovních služeb - podle definice lze rozumět pod tímto pojmem jako výuku dovedností určitého sportovního odvětví a s tím spojené organizovaní činnosti pro jednotlivce i skupiny. Přesný seznam činností, které spadají pod tuto živnost najdeme na stránkách Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky. Dělí se na akreditované a rekvalifikační odbornosti.

Akreditované mohou být například odvětví aerobik, bojová umění, florbal, fotbal, gymnastika, jóga, lyžování apod. Dále zde patří všeobecná sportovní činnost, kam může

spadat například cvičitel kulturistiky, kondičního posilování, cardiofitness, cvičitel seniorů a mnoho dalších.

Rekvalifikační odbornosti jsou horská průvodcovská činnost, masér pro sportovní a rekondiční masáže mimo oblast zdravotnictví, mistr plavčík, plavčík, záchranář na volné vodě a instruktor fitness.

Každý osobní trenér, instruktor a další by měl spadat do alespoň jedné z těchto kategorií:

1. Vysokoškolské vzdělání (Mgr., Bc.)
2. Vyšší odborné vzdělání, nebo SŠ.
3. Doklad o odborné kvalifikaci, osvědčení o rekvalifikaci
4. Zkouška z profesní kvalifikace.

Lidé, kteří chtějí vykonávat povolání v některých ze zemí EU, mají výhodu, že existuje zákon o uznávání odborné kvalifikace. Díky tomuto zákonu by měla být uznána kvalifikace ve všech zemích EU (Fitness Business, 2014) (Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2011)

3 Cíl práce a metodika

3.1 Cíl práce

Cílem práce je vymezit obsah a obvyklou strukturu podnikatelského záměru v rámci předinvestiční přípravy. Podrobněji popsat proces a zásady tvorby úspěšného záměru při hledání zdrojů financování. Definovat specifika podnikání ve tělovýchově a sportu, která je třeba zohlednit v rámci finančního plánování. Sestavit konkrétní podnikatelský záměr v oboru v oblasti poskytování tělovýchovy a sportovních služeb.

3.2 Hypotézy bakalářské práce

Hypotéza 1: Diskontovaná doba návratnosti podnikatelského záměru FITNESS CENTRA ROYAL GYM je nižší než uvažovaná doba životnosti projektu 5 let.

Hypotéza 2: Rentabilita investice podnikatelského záměru FITNESS CENTRA ROYAL GYM je vyšší než požadovaná minimální rentabilita stanovená investorem 8 %.

Hypotéza 3: Čistá současná hodnota investice podnikatelského záměru FITNESS CENTRA ROYAL GYM je vyšší než 0.

Hypotéza 4: Podnikatelský záměr Fitness centra Royal GYM je na základě všech 3 kritérií realizovatelný.

3.3 Metodický postup

Pro získání dostatku informací o problematice podnikání a věcí s tím spojené bylo nezbytné nastudovat odbornou literaturu, která se touto problematikou zabývá. Využíval jsem literaturu z Akademické knihovny Jihočeské univerzity. Déle bylo využito internetových zdrojů.

První část se věnuje teoretickým poznatkům v oblasti podnikání. Nejprve je zde uvedena definice základních pojmů. Dále je zde popsán rozdíl mezi podnikáním a zaměstnaneckým poměrem a legislativní možnosti podnikání v České republice a detailně popsané jaké jsou v daných možnostech rozdíly. Za další je popsáno jaký má podnikatelský záměr účel přínos a jaký by podnikatel měl mít předpoklady, aby byl úspěšný. Největší část teoretické části zahrnuje rozpracovaná struktura podnikatelského záměru dle Srpové (2011). Jsou zde popsány a rozpracovány jednotlivé body v každé kapitole je uvedeno, co je důležité, co je dobré uvést v podnikatelském záměru a proč.

Na konec teoretické části jsou popsány možnosti financování podnikatelského záměru, rozdělení na vlastní a cizí možnosti financování a popis jejich kladů i úskalí.

Praktická část se zabývá konkrétním podnikatelským záměrem na fitness centrum v Jihlavě. Bylo využito struktury, která byla uvedena v teoretické části. Data potřebná pro tuto práci byli získány na základě pozorování a čerpání z veřejných strojů. Údaje o konkurenci byli získány na základě jejich webových stránek a navštívení jednotlivých konkurenčních fitness center. Zákaznický segment byl zjištěn z údajů Českého statistického úřadu. Prostory pro provozování fitness centra jsou reálné a v současné době nabízený k pronájmu realitní kanceláří. Vstupní náklady a počáteční investice jsou vypočteny dle reálných cen daných položek.

Použité metody hodnocení efektivnosti investice

Diskontovaná doba návratnosti investice - doba (počet let) za kterou se investice zaplatí z peněžních příjmů, které investice zajistí.

$$\boldsymbol{DCF = \frac{CF}{(1+i)^n}}$$

CF - roční peněžní tok
i - diskontovaná úroková míra
n - počet let trvání investice

Rentabilita investice - produktivita investic neboli rentabilita dlouhodobě vloženého kapitálu

$$\boldsymbol{ROI = \frac{EAT}{Celková\ aktiva}}$$

EAT - čistý zisk
ROI - rentabilita investice

Čistá současná hodnota investice - rozdíl mezi příjmy z investice a kapitálovými výdaji

$$\mathbf{NPV} = \sum_{t=0}^{n} \frac{CF_t}{(1+i)^t} - K$$

NPV - čistá současná hodnota

CF_t - peněžní toky v jednotlivých letech

n - doba životnosti projektu

i - diskontní úroková míra

K - kapitálový výdaj

4 Vlastní práce

4.1 Titulní strana

Obrázek 1: Logo

zdroj: Zpracováno autorem

Název společnosti:	Royal GYM, s.r.o.
Předmět činnosti:	Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti fitness
Zakladatel:	Jiří Valík
Sídlo společnosti:	Demlova 3, Jihlava 586 03
Kontaktní údaje:	Tel.: +420 123456789
E-mail:	valik@royalgym.cz
Webové stránky:	www.royalgym.cz
Provozovna:	Březinova 4690/144, 586 01 Jihlava
Datum zahájení činnosti:	1. 1. 2019

4.2 Shrnutí

Fitness centrum Royal GYM bude fungovat jak společnost s ručením omezeným a jeho provozovna bude v malém obchodním a zábavném areálu nedaleko centra, avšak v těsné blízkosti největšího sídliště v Jihlavě. Bude tedy velmi dobře dostupné pro většinu potenciálních zákazníků s dostatkem neplacených parkovacích míst a v docházkové vzdálenosti pro obyvatelé žijící na sídlišti Březinovy Sady. Celková plocha fitness centra je 533m^2 a nachází se zde šatny s WC a sprchy, sál na sálové lekce, menší sklad doplňků výživy a rozsáhlou a komplexní fitness zónu včetně kvalitně vybavené zóny pro kardio. V Jihlavě se dá říct není příliš velká konkurence, nachází se zde tří velké konkurenční fitness centra, která však mají poměrně velké slabiny, a ty Royal GYM využil ve svůj prospěch - více v kapitole analýza konkurence. Podnikatelský plán vznikl pro celistvý náhled zakladatelů. Může sloužit jako podklad pro potencionální investory či banky pro získání kapitálu.

4.3 Popis podnikatelské příležitosti

Nově založené fitness centrum bude poskytovat kompletní portfolio služeb v oblasti fitness. V první řadě to bude poskytnutí a provozování fitness zóny, která bude vybavena cca 40 stanovišti na všechny partie těla především od firem LifeFitness a Hammerstrenght, dostatečným množství volných závaží, 4 druhy os a moderně vybavenou zónou pro kardio. Dále naše fitness centrum Royal GYM bude nabízet sálové lekce jako je Pilates, Zumba, Bosu a kruhový trénink. V portfoliu bude velký důraz na kvalitním trenérské služby a výživové poradenství. Oba zakladatelé jsou vlastníci licencí na trenéra fitness a výživového specialistu. S výživovém poradenstvím bude spojen prodej doplňků výživy, kde chce společnost navázat spolupráci s předními firmy na výrobu doplňků výživy jako je firma Extrifit, Amix, Prom-in a v budoucnu možná s dalšími ověřenými výrobci. U vstupu bude skromné posezení pro zákazníky třeba pro případné konzultace či konzumaci kávy. Hned poblíž bude bar s recepcí a vyškoleným personálem, který bude poskytovat v případě potřeby drobné odborné rady, servis a prodej zákazníkům. Vstupné bude fungovat na základě zákaznických karet či čipů na klíče, kde zákazníci při vstupu prokazují totožnost a případnou platnost permanentky či stav předplacené karty. Na zákaznickou kartu se budou načítat body a bude možnost získání různých slev a výhod na služby fitness centra. Ceny za služby se budou co nejvíce podobat konkurenci, aby jsme udrželi cenovou konkurenceschopnost a dále se budou odvíjet od vstupních nákladů a cen dodavatelů. Více a podrobně je to

rozepsané ve finančním plánu. Prostory budou pronajaté majitel požaduje 30000 Kč měsíčně + služby. Majitelé firmy očekávají dostatečnou návštěvnost vzhledem k velmi dobré lokalitě v obchodním a zábavném centru u sídliště Březinovy sady, které je zároveň pár minut od centra.

4.4 Cíle firmy a vlastníků

V první řadě cílem firmy je generovat dostatečně vysoké zisky. Dalšími hlavními cíli firmy jsou:

- Využít konkurenční výhody a to pozicí na sídlišti, aby zákazníci fitness upřednostnili před konkurencí
- Fitness centrum je vnímáno jako nejoriginálnější a nejkvalitněji vybavené fitness v Jihlavě a okolí

Hlavním cílem firmy je vstoupit na trh fitness služeb, získat co nejvíce zákazníků, díky nejoriginálnějšímu a nejkvalitnějšímu vybavení, které je v Jihlavě a nejbližším okolí dostupné a poskytovat profesionální a kvalitní přístup trenérských služeb a výživového poradenství a vybudovat si dobrou pověst a doporučení.

Vize společnosti do budoucna je trvalý rozvoj firmy, který bude založený na dobrém jméně a znalostí potřeb našich klientů a vybudovat to, aby Royal GYM byl vnímán jako značka kvality a profesionálního přístupu. Třetí důležitou vizí bude otevřít další pobočku, která využije dobré jméno firmy.

4.5 Potencionální trhy

Nejdůležitější segment, na který bude společnost primárně cílit, jsou obyvatelé okresu Jihlava. V Jihlavě k 31.12.2017 bylo evidováno 50 559 obyvatel, z toho cca 13 000 obyvatel žije přímo na sídlišti Březinovy Sady v těsném okolí naší provozovny a je to pro ně tedy v docházkové vzdálenosti a pro společnost velká příležitost této pozice využít. Celý okres Jihlava zahrnuje 128 měst a obcí a k roku 2016 zde bylo evidováno 112 649 obyvatel, kteří velmi často dojíždí za prací či studiem do Jihlavy. Nejdůležitější je skupina obyvatel ve věku 15-64 let, která je zastoupená v 65,5%. Z toho vyplývá, že náš primární segment tvoří 73 785 obyvatel. (ČSÚ, 2016) (ČSÚ, 2017) (Paneláci, 2017)

Dalším segmentem, na který se společnost v budoucnu chce zaměřit je internet, kde bychom chtěli poskytovat on-line výživové poradenství, na základě dobrých referencí

od stávajících zákazníků by chtěla společnost tuto službu rozšířit i tímto způsobem. S tím je spojený i prodej doplňků výživy přes e-shop, který by byl nabízen spolu s výživovém poradenstvím.

4.6 Analýza konkurence

V Jihlavě je poměrně hodně fitness služeb, avšak ne mnoho z nich jsou velkou konkurencí. Analýza konkurence bude zaměřena hlavně na největší konkurenty.

Fitness Factory - Jde o největší a nejvíce vybavené fitness v Jihlavě, které má sídlo v obchodním domě nedaleko centra s parkováním v areálu zdarma. Jejich vybavení zahrnuje 50 strojů, 5 olympijských os, dvě klece na dřepy, hexa tyč, jednoruční činky v rozmezí 1-60kg, stojan ze různými typy os a velmi dobře vybavenou kardio zónuSoučástí fitness je i funkční zóna, sál na sálové lekce a menší zdravé bistro, kde mají v nabídce pokrmy pro své zákazníky. Ze skupinových lekcí nabízí Alpinnig, Cycling, Pilates, Bodyform, Cardiofit

Tabulka 2 - Přehled služeb Fitness Factory

Přehled služeb		**Cena**
Posilovna - vstupné	Jednorázové vstupné 10 vstupů 20 vstupů 30 vstupů	75 Kč 700 Kč 1360 Kč 1920 Kč
Posilovna - časové	1 měsíc 3 měsíce 6 měsíců 12 měsíců	700 Kč 1950 Kč 3600 Kč 6500 Kč
Osobní trenér	Lekce na osobu	350 Kč
Sálové lekce		95 Kč
Výživový plán		550 Kč
Tréninkový plán		550 Kč
Měření InBody		550 Kč

Zdroj: zpracováno autorem dle webu www.fitness-factory.cz

Silné stránky

- Tradice od roku 2002 - nejznámější fitness centrum v Jihlavě.
- Zázemí a možnosti posilovny - velké množství strojů.
- Funkční crossfit zóna.

Slabé stránky

- Neprofesionální a neefektivní personál - špatné preference, špatné výsledky a nevhodný přístup.
- Omezená otevírací doba o víkendech a svátcích.
- Zastaralé vybavení.
- Prodej doplňků výživy pouze od jedné značky

Tabulka 3 - Otevírací doba Fitness Factory

Otevírací doba	
Pondělí - Pátek	8:00 - 21.00
Sobota, neděle,	15:00 - 20:00

zdroj: zpracováno autorem

Fitpeople - středně velké fitness centrum, které nabízí dvě pobočky. Jedna se nachází v centru a druhá menší pobočka na okraji města. Vybavení dohromady zahrnuje 80 strojů, přes 4 tuny volného závaží a poměrně moderně vybavenou kardio zónu. Fitpeople má velmi dobré sálové zázemí, obě pobočky mají dohromady tři sály. Návštěvníci fitness centra mohou využít i solárium nebo masáže. Ze skupinových lekcí nabízí Alpinning, Pilates, Bosu, TRX, Jógu, Kruhový trénink a Pump.

Tabulka 4 - Přehled služeb Fitpeople

Přehled služeb		**Cena**
Posilovna - vstupné	Jednorázové vstupné	85 Kč
Posilovna - časové	1 měsíc	690 Kč
	3 měsíce	1600 Kč
	6 měsíců	2800 Kč
	12 měsíců	4900 Kč
Sálové lekce		100 Kč
Solárium	Minuta	10 Kč
	50 minut	400 Kč
	100 minut	700 Kč
	200 minut	1200 Kč

Zdroj: zpracováno autorem dle webu www.fitpeople.cz

Silné stránky

- kvalitní trenérské služby, velký počet trenérů.
- jedna permanentka platí pro dvě pobočky.
- levnější cena permanentek, než u konkurence.
- otevírací doba.
- solárium.

Slabé stránky

- zákaz vlastního pití - toto pravidlo odrazuje velký počet zákazníků .
- některé posilovací stroje jsou velmi zastaralé.
- rozdělení sálových lekcí mezi pobočky - určitá sálová lekce může být na vzdálené pobočce - zákazník zvolí bližší konkurenci.
- pobočka Bedřichov na okraji města.

Tabulka 5 - Otevírací doba Fitpeople

Otevírací doba	
Pondělí - Pátek	7.00 - 22.00
Sobota, neděle	9:00 - 21:00

zdroj: zpracováno autorem

Matrix Club - Krátce fungující fitness, které je jednoznačně nejmoderněji zařízené. Fitness centrum zahrnuje 2 sály na sálové lekce, moderní a nové stroje, kterých není příliš, poměrně slabě vybavené jednoruční činky a osy, zónu pro kardio a funkční zónu. Součástí je i wellness centrum. Nachází se blízko centra, s velmi omezeným parkovacím prostorem. Ze skupinových lekcí nabízí Pilates, Power Jóga, Cvičení pro těhotné, Power strečink

Tabulka 6 - Přehled služeb Matrix Club - bez členství

Přehled služeb - bez členství		**Cena**
Posilovna/sálové lekce - vstupné	Jednorázové vstupné 10 vstupů 20 vstupů	100 Kč 900 Kč 1700 Kč
Wellness - finská sauna	Jednorázový vstup 10 vstupů	100 Kč 900 Kč
Wellness - vířivka	30 minut	150 Kč
Osobní trenér	Lekce na osobu	450 Kč
Výživový plán		2000 Kč
Tréninkový plán		750 Kč
Měření InBody		390 Kč

Zdroj: zpracováno autorem dle webu www.matrix-club.cz

Tabulka 7 - Přehled služeb Matrix Club - členství

Přehled služeb - členství		**Cena**
Posilovna	1 měsíc 3 měsíce 6 měsíců 12 měsíců	900 Kč 2400 Kč 4200 Kč 7200 Kč
Členství komplet **Posilovna + finská sauna**	1 měsíc 3 měsíce 6 měsíců 12 měsíců	1100 Kč 3000 Kč 5400 Kč 9600 Kč
Wellness - vířivka	30 minut	100 Kč

Zdroj: zpracováno autorem dle webu www.matrix-club.cz

Silné stránky

- wellness součástí fitness centra.
- moderní vybavení.
- ojedinělé sálové lekce - cvičení pro těhotné, power strečink.

Slabé stránky

- velmi vysoké ceny.
- malý rozsah vybavení posilovny
- špatné parkování/špatná dostupnost

Tabulka 8 - Otevírací doba Matrix Club

Otevírací doba	
Pondělí - Pátek	6.00 - 22.00
Sobota, neděle	9:00 - 21:00

zdroj: zpracováno autorem

Nepřímá konkurence

Za nepřímou konkurenci lze považovat podobné nebo z části stejné služby. Může to být například společnost Herbalife, Svět Zdraví, výživový poradci a specialisté, soukromé trenéři a další.

Závěr: Z této analýzy konkurence, lze určit, kterým směrem bude dobré fitness centrum vést, na co si dát pozor a čemu se věnovat. U každé konkurence jsou silné i slabé stránky, a právě těch slabých by mělo být využito v prospěch Royal GYM. Silným stránkám se pokud možno co nejvíce vyrovnat a udělat průnik kladů a záporů.

- Velký počet nejnovějších strojů
- Otevírací doba Po-Pá 7:00-22:00 a So,Ne - 9:00-21:00
- Profesionální a vysoká kvalita trenérských služeb
- Spolupráce s předními firmami na prodej doplňků výživy
- Nejvíce oblíbené sálové lekce
- Dostatečný prostor pro parkování zdarma
- Docházková vzdálenost pro celé sídliště Březinovy Sady

4.7 Marketingová a obchodní strategie

Marketingový mix

Produkt

V případě společnosti Royal GYM s.r.o. je hlavní službou poskytování fitness služeb, výživového poradenství a prodej doplňků výživy. Důraz bude kladen hlavně na klidné a příjemné prostředí, vysokou kvalitu poskytovaných služeb a příjemný personál.

1. **Sálové lekce**

Pilates - cvičení zaměřené na zpevnění hlubokého svalu zádového, pánevního dna a břišního svalstva. Při cvičení také rozvíjíme sílu, rovnováhu a ohebnost společně s koordinací. Tento druh cvičení také klade důraz na správné dýchání.

Bosu - cvičení s pomůckou Bossu, na které se výborně posiluje střed těla a zlepšuje se celková rovnováha

Zumba - kombinace aerobního cvičení a latinsko-amerických tanců. Je založené na principu přerušovaného tréninku. Střídá se zde intenzivní část s pomalou, a v této kombinaci dochází k efektivnímu spalování tuku a formování postavy.

Kruhový trénink - jedná se o vysoko intenzivní intervalové cvičení, které obsahuje až 15 stanovišť, kde se procvičí celé tělo. Interval je 30 sekund, po kterém následuje patnácti vteřinová pauza na přesun na další stanoviště. Za jeden trénink se všechna stanoviště projedou zhruba 4x. Cviky jsou poskládány tak, aby následující byla vždy jiná partie

2. **Výživové poradenství**

Jednou z nabízených služeb bude i výživové poradenství a konzultace. Tato služba vždy začíná vstupní konzultací a vyplněním dotazníků, který pomůže zjistit co nejvíce informací o životním stylu zákazníka a jeho stravovacích návycích. Výsledkem bude kompletní stravovací plán, kde budou podrobně rozepsaná jednotlivé jídla - snídaně, dopolední svačina, oběd, odpolední svačina, večeře. Ke každému jídlu bude zpracováno několik možných variant včetně gramáže potravin a jejich vhodná kombinace. Každý stravovací plán bude přesně na míru individuálně podle potřeb a cílů zákazníka. Může to být například stravovací plán na nabírání svalové hmoty, redukční či plán na zpevnění. Přílohou každého plánu bude i seznam doporučených doplňků výživy, které jsou vhodné užívat k většímu efektu a správné funkci těla. Další přílohou bude krátká fitness kuchařka, kde budou recepty na jídla, která jsou uvedeny v plánu, opět

individuálně pro konkrétního klienta včetně gramáže potravin. Ke stravovacímu plánu garantujeme 1 měsíc konzultací zdarma.

3. Nabídka strojů na posilování

Stroje jsou hlavní součásti fitness centra. Fitness bude vybaveno jedinečným a kvalitním vybavením, proto byla volba pořídit prvotřídní světové značky strojů, které mají nejlepší životnost a pohodlí. Z těchto důvodů budou použity stroje od značek LifeFitness a Hammer Strength. Z důvodů opravdu vysoké ceny, byli zvoleny stroje repasované, ale velmi zachovalé od dodavatele CATCHATOONA s.r.o., který provozuje e-shop www.4gym.eu. K dispozici bude cca 40 stanovišť pro kvalitní procvičení každé partie těla včetně moderně vybavené zóny pro kardio. K dispozici bude i 2500 kg volného závaží, jednoruční činky v rozmezí 2,5kg od 1kg-60kg, 4x olympijská osa,1x zalomená osa na biceps, 1x rovná osa na biceps, 1x hexa osa a 1x osa na triceps.

4. Tréninkový plán

Tato služba vždy vyžaduje vstupní konzultaci s krátkým dotazníkem. Tyto věci pomohou zjistit co nejvíce informací o zkušenostech a cílech zákazníka a umožní sestavit tréninkový plán na míru, aby zákazník co nejvíce dosáhl svého cíle. Výsledkem bude kompletní plán na procvičení celého těla rozdělený do minimálně 3 dnů a bude se shodovat s cílem zákazníka.

5. Prodej doplňků výživy

Prodej doplňků výživy bude spojen s nabízeným stravovacím plánem. Dodavatelé budou především přední firmy jako je Extrifit, Amix a Prom-in. Všichni tito dodavatelé jsou ověřeny s velmi kvalitními produkty a dobrou historií. Produkty si může zákazník zakoupit přímo ve fitness centru, a nebo v budoucnu na e-shopu. Zákazník si samozřejmě bude moci koupit třeba i jen jednu dávku. Například protein, aminokyseliny, stimulanty a energizéry, spalovače tuku a další budou dostupné na baru. Další doplňky výživy, které budou k prodeji budou například různé vitamíny a minerály, proteiny, aminokyseliny, anabolizéry, spalovače tuku, kloubní výživa, kreatin, stimulanty a energizéry, tyčinky či samotné výživové suroviny.

Cena

Cena jednotlivých služeb bude zvolená na základě konkurence a vstupních nákladů, nemůže být výrazně vyšší, aby bylo fitness konkurenceschopný a zároveň musí být dostatečně rentabilní. Studenti, senioři a vlastníci průkazu ZTP budou mít na všechny služby 20% slevu.

Platbu bude možno provést hotově, platební kartou nebo Multisport poukázkou, kterou největší zaměstnavatelé Kraje Vysočina poskytují v cafeterii svým zaměstnancům, kteří ji velmi často využívají i u konkurence. Další možnosti platby budou v budoucnu rozšířeny podle požadavků od zákazníků.

Tabulka 9 - Přehled služeb Royal GYM

Přehled služeb		**Cena**
Posilovna - vstupné	Jednorázové vstupné 10 vstupů 20 vstupů	80 Kč 750 Kč 1440 Kč
Posilovna - časové	1 měsíc 3 měsíce 6 měsíců 12 měsíců	700 Kč 1890 Kč 3500 Kč 6300 Kč
Osobní trenér	Lekce na osobu - 1. lekce zdarma	400 Kč
Sálové lekce		90 Kč
Výživový plán		600 Kč
Tréninkový plán		400 Kč
Konzultace	1 hodina	250 Kč

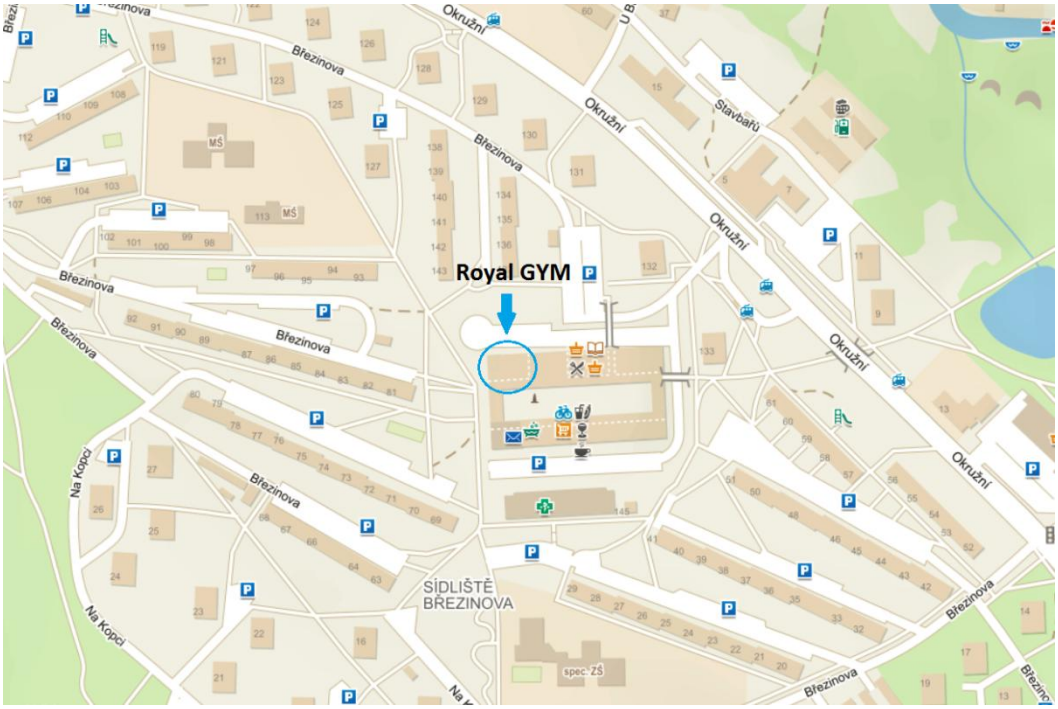
zdroj: zpracováno autorem

Místo

Fitness centrum bude sídlit v prvním nadzemním patře obchodního a zábavného centra Březinky. Tato část města se nazývá Březinovy sady, ty zahrnují sídliště Březinova, sídliště Demlova a nedalekou bohatě osídlenou část Kalvárie. K dispozici je zde dostatek parkovacích míst zdarma. V docházkové vzdálenosti je fitness centrum pro cca 13000 obyvatel žijících na sídlištích v nejbližším okolí. Zázemí je dostatečně velké, celková plocha má 533m^2. V obchodním centru, kde bude fitness sídlit se nachází

spousta dalších podniků - třeba Albert, Česká Pošta, restaurace Gambrinus Image, taneční klub a mnoho dalších. Toto místo zná téměř každý obyvatel Jihlavy.

Obrázek 2 mapa objektu



Zdroj: zpracováno autorem dle mapy.cz

Propagace

Propagace a komunikace se zákazníkem je zásadní věc na začátku podnikání. Je důležité se dostat do povědomí lidem, který mají zájem o naše služby. Pro dostatečnou propagaci bude využito několika prostředků.

1. **Webové stránky**

Jednou z možností propagace budou webové stránky, a to z toho důvodu, aby byli informováni i zákazníci, kteří nemají facebookový profil. Na webových stránkách bude uvedena otevírací doba, adresa, telefonní číslo, e-mail, ceník, rozvrh lekcí včetně online rezervace a spoustu dalších informací a novinek.

2. **Facebook**

V dnešní době velice populární a účinný nástroj pro komunikaci se zákazníky. Budou vytvořeny facebookové stránky Royal GYM, přes které budou moct zákazníci komunikovat. Komunikaci vždy bude zajišťovat zaměstnanec, který bude mít zrovna směnu na baru. Facebook má výborné propagační možnosti. Bude zde zakoupena

reklama - dražší varianta na dva měsíce před otevřením fitness centra. Reklama bude cílit na muže i ženy ve věku 15-65 let z Jihlavy a okolí se zájmem o fitness.

3. **Předprodej permanentek**

Společnost se rozhodla zahájit předprodej permanentek na 3, 6 a 12 měsíců se slevou 15% pro prvních 50. Touto cestou by společnost chtěla získat co možná nejvíce prvních zákazníků.

4. **Reklamní kampaň - Rozdávaní letáku v obchodním centru**

V tomto směru by společnost chtěla spolupracovat s firmou Extrifit, která má ve svém týmu hostesky a profesionální fitness sportovce a závodníky. S tím by byla spojená reklamní kampaň v obchodním centru CityPark, kde by hostesky rozdávaly letáčky či slevové kupóny a profesionální závodnici by měli autogramiádu, lidé dostanou možnost se s nimi vyfotit a podobně. Podobná kampaň už se pořádala při otevření fitness centra v Hradci Králové a mělo to výbornou odezvu. Tato akce bude zdarma v rámci spolupráce s firmou Extrifit.

5. **Reklama v MHD**

Společnost dále využije také propagaci v Dopravním podniku města Jihlavy. Jeden až dva měsíce před otevřením společnost nechá vyvěsit letáky formátu A4 do trolejbusů a autobusů.

Tabulka 10 - Rozpočet na propagaci v prvním roce

Reklamní nástroj	**Cena**
Internetová propagace	100 000 Kč
Webové stránky	40 000 Kč
Facebook	15 000 Kč
Reklama v MHD	13 440 Kč
Potisky	90 000 Kč
Celkem	258 440 Kč

Zdroj: zpracováno autorem

4.8 Finanční plán

V následující kapitole společnost detailně popisuje finanční plánování. Do podniku budou investovat dva budoucí majitelé, oba částkou 1.175.000 Kč. Vlastní kapitál společnosti tedy bude 2.350.000 Kč. V pronajatém objektu bude provedena rozsáhlá rekonstrukce, na které se domluvili budoucí pronajímatelé a vlastník nemovitosti, že ji uhradí vlastník. Celkový rozpočet na rekonstrukci objektu bude 1.500.000 Kč a pronajímatelé budou částku splácet v podobě navýšeného nájemného po dobu 5 let. První rok podnikání jsou zde uvedeny počáteční investice nutné k zahájení podnikání, předpokládaný vstupní majetek a tři varianty predikce výnosů a nákladů - pesimistická, reálná a optimistická. Plánované náklady a výnosy v dalších letech vychází z reálné varianty a každý rok je předpokládán určitý procentuelní nárůst tržeb z důvodu většího zájmu o využití fitness centra.

Tabulka 11 - Počáteční investice nutné k zahájení podnikání

Pořadí	Název	počet	Cena
1	Posilovací stroje Lifefitness/ Hammer Strenght	22 ks	879 982 Kč
2	Cena za lavice a stojany	16 ks	376 056 Kč
3	Železné kotouče	2500 kg	180 000 Kč
4	Jednoruční činky	2,5kg - 60kg	99 060 Kč
5	Lavice na jednoruční činky	3 ks	40 500 Kč
6	Stojan na malé jednoruční činky	1 ks	4 990 Kč
7	Olympijská osa - Arsenal	4 ks	18 760 Kč
8	Olympijská osa - Jordan	3 ks	15 969 Kč
9	Zalomená osa na biceps	1 ks	2 390 Kč
10	Rovná osa - dlouhá	1 ks	2 490 Kč
11	Hexa osa	1 ks	4 490 Kč
12	Osa na triceps	1 ks	2 390 Kč
13	Stojan na kotouče	6 ks	53 994 Kč
14	Běžecký pás	4 ks	260 000 Kč
15	Air dyne	2 ks	69 998 Kč
16	Cybex Arc	1 ks	55 000 Kč
Celkem za stroje			**2 066 069 Kč**
17	Křeslo	4 ks	5 400 Kč
18	Stůl	1 ks	2 300 Kč
19	Barové židle	3 ks	4 200 Kč
20	Pokladna	1 ks	10 000 Kč
21	Počítač	1 k	11 000 Kč
22	Rádio	1 ks	5 000 Kč
23	Reproduktory k rádiu	20 ks	40 000 Kč
24	Šatní skříně	84 ks	75 390 Kč
25	Lavice	4 ks	11 568 Kč
26	Lednice	1 ks	9 300 Kč
27	Televize	1 ks	12 000 Kč
28	Sklenice	40 ks	2 000 Kč
29	Kávovar	1 ks	48 500 Kč
Celkem za ostatní vybavení			**236 658 Kč**
Celkem			**2 302 727 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

4.8.1 Předpokládané výnosy a náklady

Tabulka 12 - Předpokládané výnosy v prvním roce

Varianta		Pesimistická	Reálná	Optimistická
Prodej doplňků výživy	Průměrná cena	10	13	18
Sálové lekce		110	144	165
Posilovna		1800	2700	3600
Konzultace		1	3	5
Výživový plán		2	4	8
Tréninkový plán		4	6	10
Osobní trenér		15	30	40
Celková měsíční tržba		144 950 Kč	227 610 Kč	321 700 Kč
Celková roční tržba		1 739 400 Kč	2 731 320 Kč	3 860 400 Kč

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 13 - Předpokládané náklady v prvním roce

Varianta	Pesimistická	Reálná	Optimistická
Fixní náklady			
Nájemné	735 000 Kč	735 000 Kč	735 000 Kč
Propagace	258 440 Kč	258 440 Kč	258 440 Kč
Mzdy	771 840 Kč	771 840 Kč	771 840 Kč
Autorské poplatky - rádio	1 656 Kč	1 656 Kč	1 656 Kč
Opravy a údržba	100 000 Kč	100 000 Kč	100 000 Kč
Pojištění	5 200 Kč	5 200 Kč	5 200 Kč
Odpisy DHM	235 561 Kč	235 561 Kč	235 561 Kč
Variabilní náklady			
Nákup doplňků výživy	50 000 Kč	80 000 Kč	100 000 Kč
Energie	280 000 Kč	300 000 Kč	320 000 Kč
Celkem	2 521 697 Kč	2 571 691 Kč	2 611 697 Kč

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 14 - Předpokládaný výkaz zisku a ztráty

Varianta	Pesimistická	Reálná	Optimistická
Výnosy	1 739 400 Kč	2 731 320 Kč	3 860 400 Kč
Náklady	2 521 697 Kč	2 571 697 Kč	2 611 697 Kč
Výsledek hospodaření	-782 297 Kč	159 623 Kč	1 248 703 Kč
Daň z příjmu PO	0 Kč	30 328 Kč	237 254 Kč
Výsledek hospodaření po zdanění	**-782 297 Kč**	**129 295 Kč**	**1 011 449 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 15 - Předpokládané výnosy v druhém roce

Varianta		**Reálná**
Prodej doplňků výživy	Průměrná cena	13
Sálové lekce		150
Posilovna		2916
Konzultace		6
Výživový plán		8
Tréninkový plán		10
Osobní trenér		35
Celková měsíční tržba		**250 668 Kč**
Celková roční tržba		**3 008 016 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 16 - Předpokládané náklady v druhém roce

Varianta	**Reálná**
Fixní náklady	
Nájemné	735 500 Kč
Propagace	50 000 Kč
Mzdy	787 276 Kč
Autorské poplatky - rádio	1 656 Kč
Opravy a údržba	100 000 Kč
Pojištění	5 200 Kč
Odpisy DHM	476 475 Kč
Variabilní náklady	
Nákup doplňků výživy	85 000 Kč
Energie	310 000 Kč
Celkem	**2 624 607 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 17 - předpokládaný výkaz zisku a ztráty v druhém roce

Varianta	**Reálná**
Výnosy	3 008 016 Kč
Náklady	2 624 607 Kč
Výsledek hospodaření	383 409 Kč
Daň z příjmu PO	72 848 Kč
Výsledek hospodaření po zdanění	**310 561 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 18 - Předpokládané výnosy v třetím roce

Varianta		**Reálná**
Prodej doplňků výživy	Průměrná cena	13
Sálové lekce		150
Posilovna		3120
Konzultace		10
Výživový plán		12
Tréninkový plán		13
Osobní trenér		40
Celková měsíční tržba		**272 160 Kč**
Celková roční tržba		**3 265 920 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 19 - Předpokládané náklady v třetím roce

Varianta	**Reálná**
Fixní náklady	
Nájemné	735 500 Kč
Propagace	50 000 Kč
Mzdy	803 002 Kč
Autorské poplatky - rádio	1 656 Kč
Opravy a údržba	100 000 Kč
Pojištění	5 200 Kč
Odpisy DHM	476 475 Kč
Variabilní náklady	
Nákup doplňků výživy	90 000 Kč
Energie	320 000 Kč
Celkem	**2 644 833 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 20 - Předpokládaný výkaz zisku a ztráty v třetím roce

Varianta	**Reálná**
Výnosy	3 265 920 Kč
Náklady	2 644 833 Kč
Výsledek hospodaření	621 087 Kč
Daň z příjmu PO	118 007 Kč
Výsledek hospodaření po zdanění	**503 080 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 21 - Předpokládané výnosy v čtvrtém roce

Varianta		**Reálná**
Prodej doplňků výživy	Průměrná cena	13
Sálové lekce		150
Posilovna		3213
Konzultace		12
Výživový plán		16
Tréninkový plán		18
Osobní trenér		55
Celková měsíční tržba		**289 849 Kč**
Celková roční tržba		**3 478 188 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 22 - Předpokládané náklady v čtvrtém roce

Varianta	**Reálná**
Fixní náklady	
Nájemné	735 500 Kč
Propagace	50 000 Kč
Mzdy	819 062 Kč
Autorské poplatky - rádio	1 656 Kč
Opravy a údržba	100 000 Kč
Pojištění	5 200 Kč
Odpisy DHM	476 475 Kč
Variabilní náklady	
Nákup doplňků výživy	85 000 Kč
Energie	330 000 Kč
Celkem	**2 655 393 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 23 - Předpokládaný výkaz zisku a ztráty v čtvrtém roce

Varianta	**Reálná**
Výnosy	3 478 188 Kč
Náklady	2 655 393 Kč
Výsledek hospodaření	822 795 Kč
Daň z příjmu PO	156 331 Kč
Výsledek hospodaření po zdanění	**666 464 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 24 - Předpokládané výnosy v pátém roce

Varianta		**Reálná**
Prodej doplňků výživy	Průměrná cena	13
Sálové lekce		155
Posilovna		3309
Konzultace		13
Výživový plán		18
Tréninkový plán		20
Osobní trenér		60
Celková měsíční tržba		**301 557 Kč**
Celková roční tržba		**3 618 684 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 25 - Předpokládané náklady v pátém roce

Varianta	**Reálná**
Fixní náklady	
Nájemné	735 500 Kč
Propagace	50 000 Kč
Mzdy	835 443 Kč
Autorské poplatky - rádio	1 656 Kč
Opravy a údržba	100 000 Kč
Pojištění	5 200 Kč
Odpisy DHM	476 475 Kč
Variabilní náklady	
Nákup doplňků výživy	85 000 Kč
Energie	335 000 Kč
Celkem	**2 666 274 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 26 - Předpokládaný výkaz zisku a ztráty v pátém roce

Varianta	**Reálná**
Výnosy	3 618 684 Kč
Náklady	2 666 274 Kč
Výsledek hospodaření	952 410 Kč
Daň z příjmu PO	180 958 Kč
Výsledek hospodaření po zdanění	**771 452 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

4.8.2 Předpokládaný stav majetku

Tabulka 27 - Předpokládaný stav majetku k 1. roku

AKTIVA		**PASIVA**	
Dlouhodobý majetek	1 905 898 Kč	Vlastní kapitál	2 350 000 Kč
Dlouhodobý hmotný majetek	1 905 898 Kč	Základní kapitál	2 350 000 Kč
Oběžná aktiva	161 268 Kč	Výsledek hospodaření	129 295 Kč
Materiál	131 268 Kč	Cizí kapitál	0
Zásoby	30 000 Kč		
Bankovní účet	412 129 Kč	Bankovní úvěr	0
Aktiva celkem	**2 479 295 Kč**	**Pasiva celkem**	**2 479 295 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 28 - Předpokládaný stav majetku k 2. roku

AKTIVA		**PASIVA**	
Dlouhodobý majetek	1 429 423 Kč	Vlastní kapitál	2 479 295 Kč
Dlouhodobý hmotný majetek	1 429 423 Kč	Základní kapitál	2 350 000 Kč
Oběžná aktiva	154 200 Kč	Výsledek hospodaření	310 561 Kč
Materiál	94 700 Kč	Cizí kapitál	0
Zásoby	59 500 Kč	Bankovní úvěr	0
Bankovní účet	1 206 233 Kč		
Aktiva celkem	**2 789 856 Kč**	**Pasiva celkem**	**2 789 856 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 29 - Předpokládaný stav majetku k 3. roku

AKTIVA		**PASIVA**	
Dlouhodobý majetek	952 948 Kč	Vlastní kapitál	2 789 856 Kč
Dlouhodobý hmotný majetek	952 948 Kč	Základní kapitál	2 350 000 Kč
Oběžná aktiva	142 233 Kč	Výsledek hospodaření	503 080 Kč
Materiál	98 700 Kč	Cizí kapitál	0
Zásoby	43 533 Kč	Bankovní úvěr	0
Bankovní účet	2 197 755 Kč		
Aktiva celkem	**3 292 936 Kč**	**Pasiva celkem**	**3 292 936 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 30 - Předpokládaný stav majetku k 4. roku

AKTIVA		**PASIVA**	
Dlouhodobý majetek	476 473 Kč	Vlastní kapitál	3 292 936 Kč
Dlouhodobý hmotný majetek	476 473 Kč	Základní kapitál	2 350 000 Kč
Oběžná aktiva	151 368 Kč	Výsledek hospodaření	666 464 Kč
Materiál	71 468 Kč	Cizí kapitál	0
Zásoby	79 900 Kč	Bankovní úvěr	0
Bankovní účet	3 331 559 Kč		
Aktiva celkem	**3 959 400 Kč**	**Pasiva celkem**	**3 959 400 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

Tabulka 31 - Předpokládaný stav majetku k 5. roku

AKTIVA		**PASIVA**	
Dlouhodobý majetek	0 Kč	Vlastní kapitál	3 959 400 Kč
Dlouhodobý hmotný majetek	0 Kč	Základní kapitál	2 350 000 Kč
Oběžná aktiva	101 200 Kč	Výsledek hospodaření	771 452 Kč
Materiál	69 798 Kč	Cizí kapitál	0
Zásoby	31 402 Kč	Bankovní úvěr	0
Bankovní účet	4 629 652 Kč		
Aktiva celkem	**4 730 852 Kč**	**Pasiva celkem**	**4 730 852 Kč**

Zdroj: zpracováno autorem

4.8.3 Hodnocení efektivnosti investice

V této kapitole jsou vypočteny finanční ukazatelé, které pomohou vyhodnotit hypotézy, které byli stanoveny v metodice. Při výpočtu společnost předpokládá dobu podnikání na 5 let. U čisté současné hodnoty investice a diskontované návratnosti investice byl použit vždy roční příjem, který vychází z reálné varianty odhadovaných příjmu pro každý rok, které zahrnují čistý zisk navýšený o odpisy. U výpočtu rentability byla použita reálná varianta čistého výsledku hospodaření v prvním roce.

Tabulka 32 Cashflow

	1. rok	**2. rok**	**3. rok**	**4. rok**	**5. rok**
Čistý zisk	129 295 Kč	310 561 Kč	503 080 Kč	666 464 Kč	771 452 Kč
Odpisy	235 561 Kč	476 475 Kč	476 475 Kč	476 475 Kč	476 475 Kč
Cashflow	**364 856 Kč**	**787 036 Kč**	**979 555 Kč**	**1 142 939 Kč**	**1 247 927 Kč**

Čistá současná hodnota

$$\text{ČSH} = \frac{364856}{(1+0{,}08)^1} + \frac{787036}{(1+0{,}08)^2} + \frac{979555}{(1+0{,}08)^3} + \frac{1142939}{(1+0{,}08)^4} + \frac{1247927}{(1+0{,}08)^5}$$

$$- 2302727 = \mathbf{1176873{,}9\ Kč}$$

Diskontovaná návratnost investice

$$DCF1 = \frac{395184}{(1+0{,}08)^1} = \ 337830\ Kč$$

$$DCF2 = \frac{787036}{(1+0{,}08)^2} = 674757\ Kč$$

$$DCF3 = \frac{979555}{(1+0{,}08)^3} = 777602\ Kč$$

$$DCF4 = \frac{1142939}{(1+0{,}08)^4} = 840094\ Kč$$

$$DDN = \frac{2302727}{337829{,}6 + 674756{,}5 + 777602{,}3 + 840094{,}3} * 4 = \mathbf{3{,}5\ \boldsymbol{let}}$$

Tabulka 33 Diskontované příjmy

	Diskontované příjmy
1. Rok	337830 Kč
2. Rok	1 012 587 Kč
3. Rok	1 790 189 Kč
4. Rok	**2 630 283 Kč**

Rentabilita investice

$$ROI = \frac{129295}{2350000} * 100 = \mathbf{5{,}5}\%$$

4.9 Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu - SWOT analýza, rizika projektu

Aplikujeme SWOT analýzu na tento podnikatelský záměr a zhodnotíme silné a slabé stránky projektu. Pomocí silných stránek minimalizujeme ty slabé. Poté si ukážeme jaké má projekt příležitosti a co jsou pro něj naopak hrozby.

Obrázek 3 SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
Poloha podniku Kvalitní služby Moderní vybavení	Nezkušenost s podnikáním Vysoké vstupní náklady Pronajaté prostory
Rozšíření o solárium Spolupráce s velkými zaměstnavateli Pořádání odborných seminářů Sezónnost	Špatná ekonomická situace v ČR Negativní legislativní změny
Příležitosti	Ohrožení

Zdroj: zpracováno autorem

Silné stránky

- Poloha podniku - velmi silná stránka společnosti je poloha podniku, nachází se v docházkové vzdálenosti pro obyvatele sídlišť kde žije cca 13 tisíc obyvatel. Je zde i parkování zdarma a podnik se nachází v obchodním centru, které je v Jihlavě známé téměř pro každého.
- Kvalitní služby - chceme poskytovat opravdu kvalitní a profesionální služby, hlavně co se týče lekce s trenérem, individuální stravovací plán či tréninkový plán. Zde si zakládáme na individuálním přístupu na míru každému zákazníkovi.
- Moderní vybavení - v Jihlavě vlastníme nejmodernější a jedinečné vybavení

Slabé stránky

- Nezkušenosti s podnikáním - ani jeden ze zakladatelů nemá zkušenost s podnikáním v takovém měřítku.

- Vysoké vstupní náklady - protože chceme mít nejmodernější a nejlépe vybavené fitness centrum v Jihlavě. Z tohoto důvodu fitness centrum vyžaduje opravdu vysoké vstupní náklady.
- Pronajaté prostory - může nastat situace, že nám majitel prostoru vypoví nájem.

Příležitosti

- Rozšíření o solárium - v budoucnu by společnost chtěla rozšířit fitness o solárium. V Jihlavě je v současné době pouze jediné fitness, kde mohou lidé kromě cvičení zajít také do solária. Pořízením solária je velký potenciál, jak se odlišit od většiny konkurence.
- Spolupráce s velkými zaměstnavateli - zejména na Jihlavsku, kde sídlí například Bosch Diesel, s.r.o., Automotive Lighting či Jipocar. Spolupráce by spočívala v tom, že by pro zaměstnance těchto firem platila menší slevu, a tito zaměstnanci by mohli upřednostnit fitness se slevou.
- Pořádání odborných seminářů - jednou za 1 - 3 měsíce by společnost chtěla pořádat odborný seminář, kde by byl hostem profesionální sportovec v oblasti fitness. To by pro potencionální zákazníky mohl být další důvod přijít a podívat se do fitness.
- Sezónnost - například v lednu je největší poptávka po fitness, v tento čas by byli nabízené různé slevy, či zvýhodněné balíčky

Ohrožení

- Špatná ekonomická situace v ČR - pokud bude stoupat nezaměstnanost a klesat životní úroveň, pak lidé budou pravděpodobně investovat do jiné oblasti než jsou fitness služby.
- Negativní legislativní změny - v případě, že by vznikl zákon či novela, která by nějakým způsobem regulovala či dokonce zakázala věci, které spadají do tohoto oboru, je to pro fitness velkou hrozbou.

4.10 Přílohy

Tabulka 34 - Celkový seznam zakoupených strojů

Pořadí	Název	počet	
1	Life Fitness Signature Pull Dovn	1 ks	44999 Kč
2	Hammer Strength Lateral High Row	1 ks	38999 Kč
3	Hammer Strength Plate Loaded Iso Lateral Row	1 ks	38999 Kč
4	Hammer Strength Plate Loaded iso lateral Rowing	1 ks	38999 Kč
5	Hammer Strength Plate Loaded Iso Lateral Shoulder Press	1 ks	38999 Kč
6	Hammer Strength Plate Loaded Lateral Raise	1 ks	38999 Kč
7	Life Fitness Signature Biceps Curl	1 ks	44999 Kč
8	Life Fitness Signature Triceps Press	1 ks	44999 Kč
9	Hammer Strenght Plate Loaded Iso Lateral Incline Press	1 ks	38999 Kč
10	Hammer Strenght Plate Loaded Iso Lateral Wide Chest	1 ks	38999 Kč
11	Hammer Strenght Plate Loaded Iso Lateral Horizontal Bench Press	1 ks	38999 Kč
12	Life Fitness Signatura Pectoral Fly and Rear Deltoid	1 ks	44999 Kč
13	Life Fitness Signature Seated Extension	1 ks	44999 Kč
14	Life Fitness Signature Thigh Exerse Leg Curl	1 ks	44999 Kč
15	Life Fitness Plate Loaded Leg Press	1 ks	41999 Kč
16	Hammer Strength Plate Loaded V Squat	1 ks	44999 Kč
17	Life Fitness Signature Hip Abduction	1 ks	44999 Kč
18	Life Fitness Signature Hip Adduction	1 ks	44999 Kč
19	Life Fitness Plate Loaded Calf Raise	1 ks	37999 Kč
20	Life Fitness Eight Station Multi Junge	1 ks	154999 Kč
21	Life Fitness Signature Assist Dip Chin	1 ks	44999 Kč
22	Life Fitness Smith Machine	1 ks	44999 Kč
23	Life Fitness Olympic Flat Bench	1 ks	16999 Kč
24	Life Fitness Olympic Decline Bench	1 ks	16999 Kč
25	Life Fitness Olympic Incline Bench	1 ks	16999 Kč
26	Life Fitness Olympic Military Bench	1 ks	16999 Kč
27	Hammer Strength Seated Arm Curl	1 ks	17999 Kč
14	Běžecký pás	4 ks	260 000 Kč
15	Air dyne	2 ks	69 998 Kč
16	Cybex Arc	1 ks	55 000 Kč

4.10.1 Příkladná fotodokumentace vybavení Fitness centra

Obrázek 4 posilovací stroj HammerStrenght

Zdroj: zpracováno autorem dle webu 4gym.eu

Obrázek 5 Multifunkční věž LifeFitness

Zdroj: zpracováno autorem dle webu 4gym.eu

Obrázek 6 Polohovatelná lavice

Zdroj: zpracováno autorem dle webu 4gym.eu

Obrázek 7 Lifefitness Benchpress

Zdroj: zpracováno autorem dle webu 4gym.eu

Obrázek 8 Hammer Strenght stojan jednoruční činky

Zdroj: zpracováno autorem dle webu 4gym.eu

Obrázek 9 Stojan na zaváží Hammer Strenght

Zdroj: zpracováno autorem dle webu 4gym.eu

5 Závěr

Cílem této práce bylo na základě důkladného studování potřebné problematiky popsat obvyklou strukturu podnikatelského záměru. Popsat zásady pro tvorbu úspěšného plánu. Definovat specifika v daném oboru a sestavit konkrétní podnikatelský plán v reálných číslech a datech. Konkrétní podnikatelský plán vycházel ze struktury podnikatelského plánu, který byl uveden v teoretické části. Pro výsledné zhodnocení byli stanoveny tři hypotézy na efektivnost investice

5.1 Výsledky hypotéz

Hypotéza 1 Diskontovaná doba návratnosti podnikatelského záměru FITNESS CENTRA ROYAL GYM je nižší než uvažovaná doba životnosti projektu 5 let.

Výsledek: Na základě plánovaných nákladů a výnosů a jejich diskontování, vychází návratnost investice mezi 3. a 4. rokem životnosti projektu. Konkrétně ve **3,5 letech**. Investice se dle této metody dá doporučit

Hypotéza 2: Rentabilita investice podnikatelského záměru FITNESS CENTRA ROYAL GYM je vyšší než požadovaná minimální rentabilita stanovená investorem 8 %.

Výsledek: Celková rentabilita projektu vycházela z příjmu v prvním roce a celkových aktiv společnosti. Tento finanční ukazatel ukazuje 5,5 %, což je pod požadovanou mírou 8%. Investice se dle této metody nedoporučuje.

Hypotéza 3: Čistá současná hodnota investice podnikatelského záměru FITNESS CENTRA ROYAL GYM je vyšší než 0.

Výsledek: Čistá současná hodnota investice v prvním roce vycházela z predikce příjmu z reálné varianty plánovaná na 5 let. Čistá současná hodnota vyšla 1176874 Kč. Investice se dle této metody doporučuje.

Hypotéza 4: Podnikatelský záměr Fitness centra Royal GYM je na základě všech 3 kritérií realizovatelný.

Výsledek: Podle dvou finančních ukazatelů lze investici doporučit. Třetí finanční ukazatel - rentabilita projektu vyšla nižší, než požaduje investor. Podnikatelský záměr na základě všech 3 kritérií je nerealizovatelný.

Summary

This bachelor thesis is dedicated to developing a business plan in the field of fitness and physical education in Jihlava. The thesis deals with the content of the usual business plan structure, pre-investing preparation, detailed description of the process and rules to create a successful business plan and define the specifics of the fitness business. The specific business plan for the Fitness Center in Jihlava is aimed at setting up a business. It is focused on the market analysis, internal and external environment of the company, such as an analysis of strengths and weaknesses. It is followed by a financial plan with initial costs with their financing and expected returns and other financial indicators, which are calculated by using predetermined formulas. This business plan can be used in the future as a basis for the realization of the enterprise.

Key words: revenue , costs, business plan, market analysis

6 Seznam použité literatury

Bednářová, D., & Škodová-Parmová, D. (2010). Malé a střední podnikání (Vyd. 2. rozš.). České Budějovice: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta.

Blackwell, E. (2011). How to prepare a business plan (5th ed.). Philadelphia: KoganPage.

Fotr, J. (1999). Podnikatelský plán a investiční rozhodování (2. přeprac. a dopl. vyd). Praha: Grada.

Fotr, J., & Souček, I. (2005). Podnikatelský záměr a investiční rozhodování: feasibility study, hodnocení ekonomické efektivnosti projektu, analýza a řízení rizika, flexibilita projektu a aplikace reálných opcí, tvorba investičního programu firmy. Praha: GradaPublishing

Galai, D., Hillel, L., & Wiener, D. (2016). How to create a successful business plan: for entrepreneurs, scientists, managers and students. New Jersey: World Scientific.

Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1996). Založení a řízení nového podniku. Praha: Victoria Publishing

Koráb, V., Peterka, J., & Režňáková, M. (2007). Podnikatelský plán (1st ed.). Brno: ComputerPress

Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). Principlesof marketing (13th ed.). UpperSaddle River, N.J:PrenticeHall.

Krutina, V., & Novotná, M. (2014). Ekonomika podniku: (cvičení) (3., aktualiz. a rozš. vyd.). České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.

Nový občanský zákoník č. 89/2012 Sb.

Srpová, J., Svobodová, I., Skopal, P., & Orlík, T. (2011). Podnikatelský plán a strategie. Praha: GradaPublishing

Srpová, J., & Řehoř, V. (2010). Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: Grada.

Švarcová, M. (2016). Základní principy marketingu. Praha: Idea Servis.

Veber, J., & Srpová, J. (2005). Podnikání malé a střední firmy: pro všechny podnikatele a manažery: od podnikatelského záměru k zahájení podnikání, jak úspěšně řídit malou i větší firmu, programy podpory podnikání. Praha: Grada Publishing

Wupperfeld, U. (2003). Podnikatelský plán pro úspěšný start. Praha: Management Press.

Internetové zdroje

Profi Podnikatelský Plán [Online]. Retrieved January 12, 2018, from http://www.profipodnikatelskyplan.cz/podnikatelsky-plan/#K-%C4%8Demu-a-komu-slou%C5%BE%C3%AD

Altaxo [Online]. Retrieved December 30, 2017, from https://www.altaxo.cz/provoz-firmy/marketing/marketingova-strategie

Fitness Business [Online]. Retrieved February 03, 2018, from https://www.fitnessbusiness.cz/news/podnikani-ve-fitness-vazane-zivnosti/

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy [Online]. Retrieved February 05, 2018, from http://www.msmt.cz/sport/prehled-odbornosti-pro-oblast-sportu

Fitness Factory [Online]. Retrieved March 10, 2018, from http://fitness-factory.cz/rozvrh-cenik/

Fitpeople [Online]. Retrieved March 10, 2018, from http://www.fitpeople.cz/67-ceny.html

Matrix Club [Online]. Retrieved March 10, 2018, from http://matrix-club.cz/cenik/

Březinovy sady [Online]. Retrieved March 10, 2018, from http://www.panelaci.cz/sidliste/kraj-vysocina/jihlava-brezinovy-sady

Databáze demografických údajů za obce ČR [Online]. Retrieved March 10, 2018, from https://www.czso.cz/csu/czso/databaze-demografickych-udaju-za-obce-cr

Seznam obrázků

Obrázek 1 Logo 28
Obrázek 2 mapa objektu 39
Obrázek 3 SWOT analýza 51
Obrázek 4 posilovací stroj HammerStrenght 54
Obrázek 5 Multifunkční věž LifeFitness 54
Obrázek 6 Polohovatelná lavice 55
Obrázek 7 Lifefitness Benchpress 55
Obrázek 8 Hammer Strenght stojan jednoruční činky 56
Obrázek 9 Stojan na zaváží Hammer Strenght 56

Seznam tabulek

Tabulka 1 Charakteristika právních norem 7
Tabulka 2 - Přehled služeb fitness factory 31
Tabulka 3 - Otevírací doba Fitness Factory 32
Tabulka 4 - Přehled služeb Fitpeople 33
Tabulka 5 - Otevírací doba Fitpeople 33
Tabulka 6 - Přehled služeb Matrix Club - bez členství 34
Tabulka 7 - Přehled služeb Matrix Club - členství 34
Tabulka 8 - Otevírací doba Matrix Club 35
Tabulka 9 - Přehled služeb Royal GYM 38
Tabulka 10 - Rozpočet na propagaci v prvním roce 40
Tabulka 11 - Počáteční investice nutné k zahájení podnikání 42
Tabulka 12 - Předpokládané výnosy v prvním roce 43
Tabulka 13 - Předpokládané náklady v prvním roce 43
Tabulka 14 - Předpokládaný výkaz zisku a ztráty 43
Tabulka 15 - Předpokládané výnosy v druhém roce 44
Tabulka 16 - Předpokládané náklady v druhém roce 44
Tabulka 17 - předpokládaný výkaz zisku a ztráty v druhém roce 44
Tabulka 18 - Předpokládané výnosy v třetím roce 45
Tabulka 19 - Předpokládané náklady v třetím roce 45
Tabulka 20 - Předpokládaný výkaz zisku a ztráty v třetím roce 45
Tabulka 21 - Předpokládané výnosy v čtvrtém roce 46
Tabulka 22 - Předpokládané náklady v čtvrtém roce 46
Tabulka 23 - Předpokládaný výkaz zisku a ztráty v čtvrtém roce 46
Tabulka 24 - Předpokládané výnosy v pátém roce 47
Tabulka 25 - Předpokládané náklady v pátém roce 47
Tabulka 26 - Předpokládaný výkaz zisku a ztráty v pátém roce 47
Tabulka 27 - Předpokládaný stav majetku k 1. roku 48
Tabulka 28 - Předpokládaný stav majetku k 2. roku 48
Tabulka 29 - Předpokládaný stav majetku k 3. roku 48
Tabulka 30 - Předpokládaný stav majetku k 4. roku 49
Tabulka 31 - Předpokládaný stav majetku k 5. roku 49
Tabulka 32 Cashflow 49
Tabulka 33 Diskontované příjmy 50
Tabulka 34 - Celkový seznam zakoupených strojů 53