



**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV MANAGEMENTU**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF MANAGEMENT

## **PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR - FOTBALOVÝ KEMP PRO DĚTI OD 7-12 LET**

BUSINESS PLAN - FOTBOOL CAMP FOR CHILDREN OF 7 - 12 YEARS OLD

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

BACHELOR'S THESIS

**AUTOR PRÁCE**

AUTHOR

**TOMÁŠ MAJDA**

**VEDOUCÍ PRÁCE**

SUPERVISOR

**doc. PaedDr. PAVEL KORVAS, CSc.**

BRNO 2015

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Majda Tomáš**

---

Management v tělesné kultuře (6208R168)

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

**Podnikatelský záměr - Fotbalový kemp pro děti od 7-12 let**

v anglickém jazyce:

**Business Plan - Fotbool Camp for Children of 7 - 12 Years Old**

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Cíle práce, metody a postupy zpracování

Teoretická východiska práce

Analýza současného stavu

Vlastní návrhy řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2. dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 214 s. ISBN 80-7169-812-1.

KAŇOVSKÁ, L. Základy marketingu. 1. Vyd. Brno: Akademické nakladatelství Cerm, 2009. 123 s. ISBN 978-80-214-3838-5.

KORÁB, V., DOLEŽALOVÁ, E. Drobné podnikání. 2. vyd. Brno: CERM, 2004. 65 s. ISBN 80-214-2651-9

REŽŇÁKOVÁ, M. Finanční management I. část. 2. vyd. Brno: Fakulta Podnikatelská, 2003. 116 s. ISBN 80-214-2487-7.

VEBER, J. a kol: Management – základy, prosperita, globalizace. 1. vyd. Praha: Management Press, 2005. 700 s. ISBN 80-7261-029-5.

Vedoucí bakalářské práce: doc. PaedDr. Pavel Korvas, CSc.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2014/2015.

L.S.

---

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

---

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

V Brně, dne 28.2.2015

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce je zaměřena na přípravu podnikatelského plánu na pořádání fotbalového kempu pro děti ve věku od 7 do 12 let. Zaměřuje se na analýzu konkurenčního prostředí, sestavení marketingového mixu, kalkulace a rozpočtu. Bakalářská práce obsahuje vlastní návrhy na pořádání fotbalového kempu, potřebné personální zabezpečení, programové, materiální zabezpečení a ekonomické zhodnocení návrhu na pořádání fotbalového kempu.

## **ABSTRACT**

The bachelor thesis is focused on preparing a bussines plan for organizing a football camp for children in aged 7 to 12 years. It focuses on the anlysis of the competitive enviroment, building marketing mix, costing and budget. Bachelor´s thesis contains the proposals for organizing a football camp, the necessary staffing, programming, financial security and economic evaluation of the proposal to organize a football camp.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Podnikatelský záměr, sport, fotbal, děti, kemp.

## **KEYWORDS**

Bussiness plan, sport, football, children, camp.

## **BIBLIOGRAFICKÁ CITACE**

MAJDA, T. *Projekt – podnikatelský záměr sportovní nabídky pro vybranou skupinu*.  
Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2015. 70 s. Vedoucí  
bakalářské práce doc. PaedDr. Pavel Korvas, CS.

## **ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 1. června 2015

.....

## **PODĚKOVÁNÍ**

Rád bych poděkoval vedoucímu bakalářské práce panu doc. PaedDr. Pavlu Korvasovi, CSc., za odborný dohled, cenné rady a informace, které mi poskytl.

# OBSAH

ÚVOD.....	10
CÍLE A METODIKA TVORBY PRÁCE.....	11
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE.....	13
1.1 Podnikání.....	13
1.2 Podnik.....	13
1.3 Podnikatel.....	13
1.4 Volba právní formy podnikání.....	14
1.4.1 Podnikání fyzických osob.....	14
1.4.2 Podnikání právnických osob.....	15
1.4.2.1 Osobní společnosti.....	16
1.4.2.2 Kapitálové společnosti.....	17
1.5 Podnikatelský plán.....	18
1.5.1 Požadavky pro zpracování kvalitního podnikatelského plánu.....	19
1.6 Funkce podnikatelského plánu.....	19
1.7 Struktura podnikatelského plánu.....	20
1.7.1 Titulní list.....	20
1.7.2 Obsah.....	20
1.7.3 Úvod, účel a pozice dokumentu.....	20
1.7.4 Shrnutí.....	20
1.7.5 Popis podnikatelské příležitosti.....	20
1.7.6 Cíle firmy a vlastníků.....	21
1.7.7 Analýza trhu.....	21
1.7.7.1 Analýza rizik.....	21

1.7.7.2	Konkurenceschopnost.....	21
1.7.7.3	SWOT analýza.....	22
1.7.8	Marketingová a obchodní strategie.....	22
1.7.9	Realizační projektový plán .....	24
1.7.10	Finanční plán.....	24
1.7.10.1	Rozvaha .....	24
1.7.10.2	Náklady a výnosy podniku .....	24
1.7.10.3	Bod zvratu .....	24
1.7.10.4	Příjmy a výdaje.....	25
1.7.10.5	Zakladatelský rozpočet podniku.....	26
1.7.10.6	Finanční analýza.....	26
1.7.10.7	Plánování investic.....	26
1.7.11	Přílohy.....	27
1.8	Financování podnikatelského plánu.....	27
1.8.1	Vnitřní (interní) zdroje financování .....	27
1.8.2	Vnější (externí) zdroje financování .....	27
1.8.3	Sponzoring .....	28
1.8.3.1	Sportovní sponzoring.....	29
1.8.3.2	Sponzoring ve vybraném sportovním odvětví.....	29
1.8.3.3	Význam sponzoringu v oblasti sportu .....	30
1.8.4	Merchandising .....	30
1.9	Pojem tělesná kultura.....	31
1.9.1	Význam fotbalu jako sportu.....	32
1.9.1.1	Historie fotbalu.....	32
1.9.1.2	Pojmy z teorie sportovního tréninku .....	32
1.9.1.3	Sportovní příprava dětí a mládeže.....	33

1.9.1.4	Stavba sportovního tréninku.....	34
1.9.1.4.1	Roční tréninkový cyklus .....	34
1.9.1.4.2	Tréninková jednotka.....	35
1.9.1.5	Fotbalový kemp .....	35
2	MARKETINGOVÁ ANALÝZA .....	37
2.1	Průzkum trhu.....	37
2.1.1	Výsledky dotazníku .....	37
2.2	Cílový trh .....	46
2.3	SWOT analýza.....	46
2.4	Analýza konkurence .....	48
3	VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ .....	51
3.1	Návrh .....	51
3.2	Program kempu.....	51
3.2.1	Denní harmonogram kempu .....	52
3.3	Propagace.....	55
3.4	Sponzoring .....	55
3.5	Strava .....	55
3.6	Ubytování.....	56
3.7	Kalkulace .....	56
3.7.1	Předběžná kalkulace .....	56
3.8	Slevy a storno poplatky.....	60
3.9	Budoucí pořádání kempu .....	60
4	ZÁVĚR .....	62
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....	63
	SEZNAM TABULEK .....	67
	SEZNAM GRAFŮ .....	68

SEZNAM OBRÁZKŮ.....	69
SEZNAM PŘÍLOH.....	70

## ÚVOD

Tématem bakalářské práce je fotbalový kemp pro děti ve věku od 7 do 12 let. Toto téma je velmi aktuální vzhledem k popularitě sportu. Fotbal jako sport má ve městě Olomouc velké zastoupení v počtu klubů, hráčů a trenérů. Oblíbenost těchto kempů v naší republice stále roste, a proto jsem se rozhodl pro podnikatelský záměr na uspořádání fotbalového kempu.

Fotbal je nenáročný sport vzhledem k vybavení, které je potřebné k tomuto sportu. Do základní výbavy patří kopačky, chrániče, trenýrky a triko. Tento sport je vyučován i na základních školách v rámci Tělesné výchovy, tudíž není pochyb o jeho rozšířenosti. Další výhodou tohoto sportu je jeho akčnost, popularita ve světě, v médiích a velká rozšířenost po celém kontinentu.

Velice důležitým faktorem není pouze oslovit děti, ale zaujmout rodiče s nabídkou fotbalového kempu. Rodiče tvoří zákazníky, díky kterým je možné takový kemp uspořádat. Bez finanční podpory od rodičů by nebylo možné kemp uspořádat. Je vhodné tedy vytvořit takový program kempu, který nadchne jak malé děti, tak i rodiče.

Dané téma jsem si zvolil právě proto, že fotbal hraji již od 5 let a ve fotbalovém prostředí se vyznám. Ke všem druhům sportu mám velice dobrý vztah a z vlastní zkušenosti vím, co fotbalové kempy mohou dětem přinést a jak jsou pro ně užitečné. Nejenže se na týden osamostatní od rodičů, ale najdou si nové kamarády, získají nové zkušenosti a zážitky, ale to vše v rámci jejich oblíbeného sportu.

Dnes je možné vidět malé kluky, jak hrají fotbal ihned po škole na nejrůznějších místech. Fotbalový kemp pořádaný v mém rodném městě je pro mě srdcovou záležitostí, i když je tento návrh zatím pouze v písemné podobě.

## **CÍLE A METODIKA TVORBY PRÁCE**

Hlavním cílem bakalářské práce je vytvoření návrhu podnikatelského plánu pro realizaci fotbalového kempu pro mladé fotbalisty a fotbalistky ve věku od 7 do 12 let.

Pro splnění hlavního cíle je nutné splnit tyto dílčí úkoly práce:

- Zpracování teoretického rámce
- Zpracování a využití podnikatelského záměru
- Financování projektu
- Sběr informací z ankety
- Kompletní program kempu

### **Metody bakalářské práce**

Prvním krokem v řešení problémů by měla nejdříve předcházet fáze sběru dat informací o dané problematice a následné zpracování pomocí metod pro vyhodnocení jednotlivých informací (1).

### **Analýza rizik**

Slouží k náhledu na možné rizikové situace a přípravu opatření a jejich řešení (5).

### **Analýza konkurenčního prostředí**

Nejlepší cestou, která vede k dosahování zisku, je pochopení zákazníka, vývoj trhu a následné uzpůsobení orientace na zákazníka (23).

### **SWOT analýza**

V návrhu na realizaci podnikatelského plánu bude použita SWOT analýza, která ukáže na slabé a silné stránky projektu (27).

### **Analýza prostředí**

Základním prvkem je sledování marketingového makroprostředí a mikroprostředí, které firmu ovlivňuje. Marketingové makroprostředí zahrnuje demografické, ekonomické,

sociální a právní prostředí. Do mikroprostředí patří zákazníci, konkurenti, dodavatelé a řada dalších skupin (32).

### **Anketa**

Skládá se z jedné nebo více otázek na vybrané téma, které je možné najít v tisku, na webových stránkách, také je možné obdržet anketu při návštěvě různých institucí. Je to metoda pro získání potřebných dat, které jsou následně zpracovávány pomocí vybrané statistiky (33).

# 1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

## 1.1 Podnikání

Pojem podnikání je definován jako „Soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku“(2).

## 1.2 Podnik

Pojmem podnik „Se rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit“(3).

## 1.3 Podnikatel

Dalším významným pojmem je pojem podnikatel. Dle obchodního zákoníku (§2) je podnikatel:

- „Osoba zapsána v obchodním rejstříku“;
- „Osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění“;
- „Osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů“;
- „Fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu“ (4);

Podnikatelem se člověk stane v případě, jestliže má motivaci a odhodlání podnikat. Musí zvážit své osobní předpoklady pro podnikání a v první řadě objevit podnikatelský nápad, který by mohl mít perspektivu. Před začátkem každého podnikání je důležité připravit podnikatelský rozpočet, vypracovat podnikatelský plán a v neposlední řadě si zvolit vhodnou formu podnikání (5).

## **1.4 Volba právní formy podnikání**

Přestože je možné právní formu podnikatelské činnosti později změnit, je nezbytné si hned během plánování samotného založení nového podniku vybrat tu nejvhodnější. Případná transformace s sebou ponese náklady, komplikace a práci navíc. Existují dvě právní formy podnikání:

- podnikání fyzických osob;
- podnikání právnických osob (6).

### **1.4.1 Podnikání fyzických osob**

Při samotném podnikání fyzických osob nás bude nejvíce zajímat forma podnikání na základě živnostenského oprávnění, ale může se jednat například i o osoby zapsané v obchodním rejstříku nebo soukromě hospodařící zemědělce (5).

Živnosti se dělí:

#### Ohlašovací živnosti

Jejich vznik a provoz je umožněn na základě ohlášení u živnostenského úřadu. Tyto živnosti jsou podloženy výpisem z živnostenského rejstříku.

- a) Řemeslné živnosti – podmínkou pro vykonávání této živnosti je třeba výuční list, maturita v oboru, diplom v oboru nebo šestiletá praxe v oboru;
- b) Vázané živnosti – podmínkou pro tuto živnost je prokázání odborné způsobilosti, která je stanovena živnostenským zákonem;
- c) Volné živnosti – zde není třeba žádné odborné způsobilosti (5).

#### Koncesované živnosti

Vznik a provoz těchto živností je možný na základě správního rozhodnutí. Příkladem těchto živností jsou cestovní kanceláře, taxislužba, pohřební služba a jiné (5).

### **Podmínky živnostenského podnikání**

Pro získání živnostenského oprávnění musíme v první řadě splňovat následující podmínky:

- všeobecné podmínky;
  - minimální věk 18 let;
  - způsobilost k právním úkonům;
  - trestní bezúhonnost;
- zvláštní podmínky – odborná a jiná způsobilost, vyžaduje-li to živnost (5).

Pro malé podniky je nejvhodnější variantou podnikání na základě živnostenského oprávnění (7).

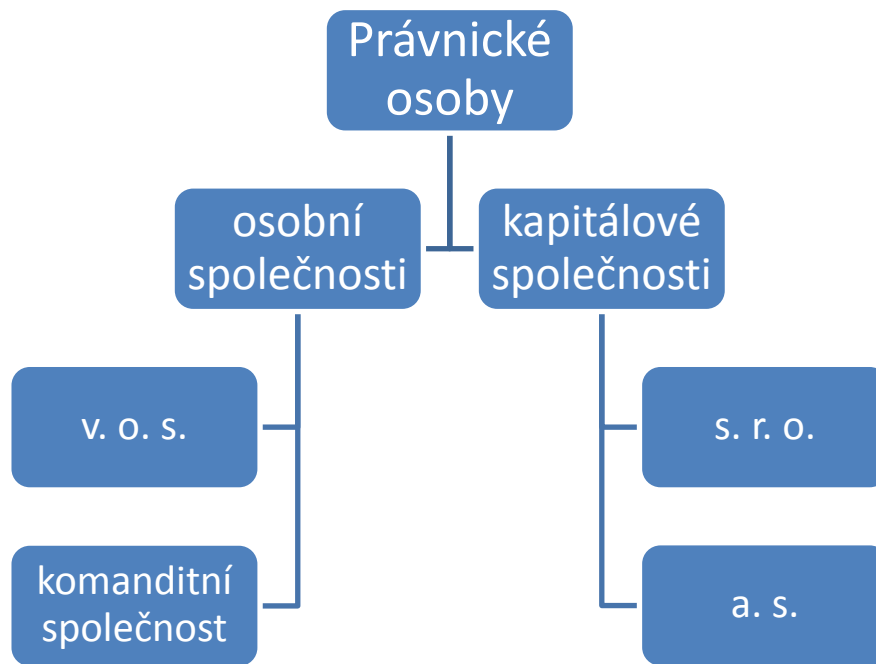
Živnostenské podnikání má několik výhod, například možnost okamžitého zahájení podnikání ihned po ohlášení, samostatnost a volnost při rozhodování nebo minimální formálně právní povinnosti při zakládání. Nicméně obsahuje i nevýhody, jako je neomezené ručení majetkem, omezený přístup k bankovním úvěrům nebo vysoké požadavky na znalosti podnikatele v odborné ekonomické oblasti (7).

Další alternativou v případě nedostatku finančních prostředků a zkušeností je sdružení fyzických osob bez právní subjektivity nebo tiché společenství (7).

#### **1.4.2 Podnikání právnických osob**

Další možnou variantou při výběru formy podnikání je právě forma podnikání právnických osob. Zahájení podnikatelské činnosti je ovšem administrativně více náročné než živnostenské podnikání a v řadě případů vyžaduje také složení základního kapitálu (5).

Založení vychází ze sepsání společenské smlouvy a vzniká dnem, kdy je zapsána do obchodního rejstříku. Společnosti se dělí na dva typy, na kapitálové a osobní. Mezi kapitálové společnosti patří společnost s ručením omezeným a akciová společnost. Veřejná obchodní společnost a komanditní společnosti patří do osobních společností (8).



**Obr. č.: 1: Právní formy podnikání - právnické osoby**

(Zdroj: Vlastní zpracování dle zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích)

#### 1.4.2.1 Osobní společnosti

Společnosti, jejíž podstatou je individuální účast společníků na jejich podnikání. Společníci většinou ručí neomezeně celým svým majetkem za závazky společnosti (8).

##### Veřejná obchodní společnost

Minimálně dvě osoby podnikají ve společnosti, kde společníci ručí za závazky neomezeně. Vklady ani základní kapitál nejsou nijak specifikované, stejně tak jako jejich omezení. Společnost nese v názvu buď celý název „Veřejná obchodní společnost“, nebo alespoň její zkratku „veř. obch. spol.“ nebo „v. o. s.“. Společnost se zakládá sepsáním společenské smlouvy, která musí obsahovat přesně dané náležitosti. Zisk se dělí mezi společníky rovným dílem (8).

##### Komanditní společnost

Společnost je vždy zakládána alespoň jedním komplementářem a jedním komanditistou. V jejím názvu je „komanditní společnost“ nebo alespoň „kom. spol.“ popřípadě jen „k. s.“. Vklad je zde povinný pouze pro komanditisty a to ve výši minimálně 5000 korun. Oproti tomu komplementáři ručí celým svým majetkem, pouze do výše svého

nesplaceného vkladu. Zakladatelským dokumentem je zde společenská smlouva s úředně ověřenými podpisy. Není-li stanoveno jinak, část zisku se dělí mezi komplementáře a zbylou část zisku si mezi sebe dělí komanditisté podle výše svého nesplaceného vkladu (8).

#### **1.4.2.2 Kapitálové společnosti**

Společnost, jenž může mít pouze jednoho zakladatele a to i z hlediska vlastnictví všech podílů v jeho rukou (9).

##### Společnost s ručením omezeným

Tato společnost je nejpoužívanější formou obchodní společnosti u nás. Většinou je tato forma rozšířena mezi drobné a střední podnikatele. Může být založena jedním společníkem, maximálně však 50. V názvu společnosti má „společnost s ručením omezeným“ nebo jen zkráceně „spol. s r. o.“, či „s. r. o.“. Na tvorbu povinného základního kapitálu je nyní třeba 1 koruna. Oproti minulosti nemá každý společník pouze jeden podíl, ale může jich mít několik. Snadnější je i převod na jiného vlastníka. Jednotlivé podíly mohou být na základě společenské smlouvy převedeny do tzv. kmenového listu, který lze převádět na jiného účastníka smluvně. Nově může společenská smlouva přiznat, že jednotlivé podíly obsahují jiná práva a povinnosti (10).

##### Akciová společnost

Základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě. V názvu je „akciová společnost“ nebo „akc. spol.“, či „a. s.“. Společnost může mít jediného zakladatele nikoliv však fyzickou osobu. Při založení společnosti větším počtem zakladatelů zde mohou být i fyzické osoby. Je zde povinný základní kapitál ve výši 2 000 000 korun bez veřejné nabídky akcií a minimálně 20 000 000 korun s veřejnou nabídkou akcií. Společnost tvoří 3 základní orgány a to valná hromada, představenstvo a dozorčí rada. Nově je zde možnost vytvořit jen valnou hromadu a k ní správní radu doplněnou o statutárního ředitele. Ve společnosti jsou kromě kmenových akcií, také akcie, které mohou obsahovat určitá práva. Ty mohou však obsahovat rozdílné podíly na zisku nebo různou váhu hlasů. Novinkou jsou i tzv. kusové akcie, které nemají jmenovitou hodnotu, ale odvíjí se od toho, kolik jich bylo reálně vydáno (11).

	OSOBNÍ SPOLEČNOSTI			KAPITÁLOVÉ SPOLEČNOSTI	
	Živnostník	Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)	Komanditní společnost (k.s.)	Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)	Akciová společnost (a.s.)
Počet zakladatelů organizace	Stačí jedna osoba	Minimálně 2 osoby	Nejméně 2 osoby • komplementář • komandista	Minimálně 1 osoba, maximálně 50 osob • valná hromada • jednatelé • dozorčí rada	1 právnická osoba nebo 2 a více fyzických osob • valná hromada • představenstvo • dozorčí rada
Ručení	Neomezeně	Neomezeně, společně a nerozdílně veškerým svým majetkem	Komplementář veškerým svým majetkem Komandisté do výše nesplaceného vkladu	Společnost neomezeně, společníci do výše nesplaceného vkladu	Společníci neomezeně Aktionáři neručí za závazky společnosti Společnost ručí celým majetkem
Počáteční kapitál	Není stanoveno	Není stanoveno	Komandista 5000 Kč, jinak není stanoveno	Minimální jmění 1 Kč	Minimální jmění 2 000 000 Kč je rozvrženo na určitý počet akcií
Administrativní náročnost	Jednoduché povolení k podnikání	Sepsání společenské smlouvy, zpravidla nutná asistence advokáta	Sepsání společenské smlouvy, zpravidla nutná asistence advokáta	Sepsání společenské smlouvy, zpravidla nutná asistence advokáta, složení vkladu na účet	Sestavení zakladatelské listiny a stanov, zpravidla nutná asistence advokáta, složení vkladu na účet
Účast na zisku	Podnikatel si po zdanění vše nechává	Rovným dílem mezi společníky, nebo podle společenské smlouvy	Mezi komplementářem a komandisty 50/50, mezi komplementáři rovným dílem, mezi komandisty podle výše vkladu Vše lze upravit i jinak podle společenské smlouvy	Podle kapitálového vkladu, pokud není společenskou smlouvou upraveno jinak	Podle rozhodnutí valné hromady
Jiná kritéria	Zpravidla obtížný přístup k cizím zdrojům, někdy nižší důvěryhodnost – předpoklad podnikání malého rozsahu Na druhé straně vyšší důvěryhodnost s ohledem na ručení za závazky	Méně časté, pro obchodní partnery nezvyk Zachovány výhody zdanění fyzické osoby Vyšší důvěryhodnost s ohledem na ručení za závazky	Zpravidla obtížný přístup k cizím zdrojům Méně časté, pro obchodní partnery nezvyk Komplikované vztahy mezi komandisty a komplementáři mohou být příčinou sporů	Nejběžnější forma obchodní společnosti Nejlépe vyhovuje většině typů podnikání, pokud existuje počáteční kapitál při zakládání firmy	Nejlepší přístup k cizím zdrojům, nejvyšší stupeň ochrany věřitelů Nutný vysoký počáteční kapitál Složitější správní orgány

**Obr. č.: 2: Právní formy podnikání**

(Zdroj: [http://www.ipodnikatel.cz/images/stories/Prvn\\_formy\\_podnikn\\_2014.jpg](http://www.ipodnikatel.cz/images/stories/Prvn_formy_podnikn_2014.jpg))

## 1.5 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán má spoustu různých definic, v konečném důsledku se však tyto definice shodují. Jde o celistvý dokument formulující a popisující vnitřní a vnější okolnosti, které souvisí s podnikatelským záměrem a cílem projektu, stejně tak jako jeho založením a chodem. V konečném výsledku tak jde o formální shrnutí

podnikatelských cílů, posouzení reálnosti, dosažitelnosti a shrnutí všech kroků k dosažení těchto cílů. Finální dokument slouží mimo jiné, také jako obecný návod pro manažery firmy k postupu dosahování určitých cílů nebo k oslovení významných investorů (12).

### **1.5.1 Požadavky pro zpracování kvalitního podnikatelského plánu**

Podnikatelský plán by měl být srozumitelný – jednoduché vyjadřování, věty by neměly obsahovat příliš mnoho myšlenek, ale musí být jasně vystižena fakta a podstatné informace; stručný – nezabývat se příliš technickými a technologickými detaily, jelikož plán je určen pro bankéře a investory, kteří nebývají často technicky znalí. Musí být logický, kde přesně navazují myšlenky a skutečnosti, fakta jsou podložena a nesmí si v žádném případě odporovat; reálný – projekt musí mít význačnou reálnost a v neposlední řadě musí být pravdivý – tvrzení a fakta, která se týkají podnikatelského plánu, musí být založena na pravdě (12).

## **1.6 Funkce podnikatelského plánu**

Funkcí podnikatelského plánu by mělo být především zhodnocení projektu, ke kterému se váže. První možnou variantou, jak na podnikatelský plán nahlížet, je využití tohoto dokumentu jako nástroj řízení. V tom případě slouží hlavně k představení podnikové koncepce, k diskuzi s odborníky, k lepšímu vedení podniku, kdy je v podnikatelském plánu zahrnuta vize, cíle a strategie, kterých se může vedení celého podniku držet a mnohem efektivněji na jejich základě jednat. Velmi důležitým aspektem toho náhledu na plán je také možnost budoucího srovnání plánovaného projektu s dosaženou skutečností. Toto srovnání poskytuje nejen zajímavý pohled na průběh podnikání, ale především je možné se na něm poučit z chyb do příštích projektů (13).

Další neméně důležitou funkcí daného podnikatelského plánu je získání financí pro projekt. Podnikatelský plán je proto představen bankovním institucím, investorům, případně dotačním institucím. V tomto případě přináší podnikatelský plán základní vizi daného podniku, kterým se podnik snaží přesvědčit určitou instituci k investici, půjčce nebo dotaci (13).

## **1.7 Struktura podnikatelského plánu**

Každý podnikatelský záměr vyžaduje trochu jiný rozsah a strukturu podnikatelského plánu (12).

Jakýkoli dobře propracovaný podnikatelský plán musí obsahovat obecnou strukturu s atributy (12).

### **1.7.1 Titulní list**

Titulní list obsahuje název a logo firmy, název podnikatelského plánu, jméno autora, klíčové osoby, zakladatelé, datum založení apod. (5).

### **1.7.2 Obsah**

Obsah by měl být vymezen na jednu stranu A4, měl by být stručný a krátký (5).

### **1.7.3 Úvod, účel a pozice dokumentu**

Úvod obsahuje přibližný obsah dokumentu a uvádí, zda se jedná o plnou nebo zkrácenou verzi podnikatelského plánu (5).

### **1.7.4 Shrnutí**

Celistvý popis toho, co nalezneme na následujících stránkách zpracováno podrobněji (5).

### **1.7.5 Popis podnikatelské příležitosti**

Vyjasnění pojmu podnikatelské příležitosti, zda se jedná o tržní mezery, nový technický postup apod. Je nutné se zaměřit na popis produktu, konkurenční výhody produktu a užitek produktu pro zákazníka (5).

### **1.7.6 Cíle firmy a vlastníků**

V samém počátku je stručně zmíněna historie firmy a uvedena krátká charakteristika. Poté jsou definovány představy budoucího posunu vpřed. Formulování cílů by mělo být krátké a srozumitelné pro čtenáře (5).

### **1.7.7 Analýza trhu**

Při provádění analýzy trhu je na výhradně prvním místě analýza konkurenčního prostředí. Je to tedy komplexní seznam všech významných konkurentů a jejich slabin a naopak silných stránek. Zaměřuje se na příležitosti, jak by mohla konkurence ovlivnit tržní úspěch podniku. Je zde analyzován vývoj trendů a historické výsledky. V žádné situaci by se však nemělo zapomínat na politickou situaci, legislativní podmínky nebo přírodní faktory. Neméně důležitým faktorem kapitoly analýzy je segmentace trhu zaměřená na zákazníky (12).

#### **1.7.7.1 Analýza rizik**

Poskytuje nám náhled na možné rizikové situace a přípravu opatření a jejich řešení. Preventivním opatřením proti takovým situacím může být dělení rizik, transfer rizik na jiné subjekty, pojištění a jiné (5).

Čtyři základní kroky analýzy rizik:

- Identifikace rizikových faktorů – trhy, produkt, management, vlastní vývoj, kvalita, zdroje, produktivita, sklady, investice a jiné;
- Kvantifikace rizik – číselné vyjádření rizika, odhad pravděpodobnosti výskytu;
- Plánování krizových scénářů – příprava možných strategií, plánů a postupů;
- Monitoring a řízení – průběžná a trvalá kontrola a sledování rizikových faktorů; Následné rozhodnutí o spuštění nápravných či vyrovnávacích opatření (12).

#### **1.7.7.2 Konkurenceschopnost**

Schopnost vedoucí k dosažení zisku, pochopení zákazníka, vývoje trhu a následné přizpůsobení orientace na zákazníka. Konkurenceschopnost vede k prodeji více zboží či služeb a znamená také vyšší a větší flexibilitu na trhu (23).

Mezi výhradní činnosti orientace na zákazníka patří:

- Rozvoj věrnosti zákazníka;
- Zvyšování prodeje stávajícími zákazníky;
- Zvyšování síly a hodnoty své značky;
- Vytvoření nových produktů a produktové rozšíření;
- Zvyšování tržní efektivity (23).

### **1.7.7.3 SWOT analýza**

Pro vytváření návrhu na realizaci podnikatelského plánu se využívá SWOT analýza, která poukazuje na slabé a silné stránky projektu, pomůže diagnostikovat hrozby plynoucí ze slabých stránek a případné příležitosti vzniklé ze silných stránek projektu. SWOT analýza slouží jako podporující nástroj pro stanovení či formulaci strategických cílů a vizí pro efektivnější rozvoj firmy (27).

Využití SWOT analýzy:

- S – strengths (silné stránky);
- W – weakness (slabé stránky);
- O – opportunities (příležitosti);
- T - threats (hrozby) (22).

### **1.7.8 Marketingová a obchodní strategie**

Marketingová strategie se zabývá třemi základními okruhy, a to výběr cílového trhu, určení tržní pozice produktu a rozhodnutí o marketingovém mixu (5).

#### **MARKETINGOVÝ MIX**

Nejznámější marketingový mix složený ze čtyř nástrojů, takzvaných 4P tvoří produkt, cena, distribuce a propagace (14).

Tento marketingový mix může být však ještě rozšířen o páté P – people, šesté P – proces, sedmé P – fyzický důkaz (15).

## Produkt

Produktem se rozumí výrobek nebo služba, která je firmou dodávána na trh. Produkt není pouze samotná věc nebo služba, která je prodávána, ale je to také poskytovaná záruka, přidružený servis a může zde být zahrnuta zákaznická podpora (16).

- Jaké produkty budeme nabízet a jaké produkty budeme z trhu stahovat kvůli jejich stáří;
- Atributy produktu, vlastnosti produktu, design, značka;
- Produktový mix, objem a sortiment konkrétních výrobků;
- Životní cyklus produktu, fáze vývoje produktu, uvedení produktu na trh, jeho zralost a útlum (5).

## Cena

Cena pojednává o hodnotě služby nebo výrobku, která nebývá vyjádřena vždy pouze v penězích. Stanovením ceny určujeme pozici mezi spotřebiteli, jejich nákupní rozhodování a naši konkurenční pozici. Faktory, které sledujeme:

- vnitřní – cenová politika, cíle podniku, náklady, marketingový mix, diferenciací produktu;
- vnější – konkurence, poptávka, distribuční síť, ekonomický cyklus, opatření centrálních orgánů (14).

## Distribuce

Vymezení pojmu prodejní strategie a popis jednotlivých distribučních cest, kterými se produkt dostane ke konečnému spotřebiteli (zákazníkovi). Účel distribuce je minimalizovat náklady spojené s distribucí. Existují dvě verze – distribuce přímá a nepřímá (16).

## Propagace

Propagace má zajistit informovanost potenciálních zákazníků o produktu, o jeho vlastnostech způsobu užití, kvalitě a následně je motivovat ke koupi (14).

K tomu můžeme využít jednotlivé nástroje, mezi něž patří:

- reklama;

- podpora prodeje;
- vztahy s veřejností (public relations);
- osobní prodej;
- direct marketing (16).

### **1.7.9 Realizační projektový plán**

Zde jsou vytyčeny všechny důležité aktivity a kroky postupu, které musíme ve spojení s realizací podnikatelského plánu podniknout a na základě vymezených termínů sestavíme časový harmonogram (17).

### **1.7.10 Finanční plán**

Nejvýznamnější část podnikatelského plánu. Specifikuje ekonomickou efektivnost projektu, proveditelnost strategických cílů, potřebu finančních zdrojů a budoucí finanční toky. Je vypracováván na základě finanční analýzy (18).

#### **1.7.10.1 Rozvaha**

Poskytuje přehled o majetku podniku, jeho struktuře a zdrojích, ze kterých byl pořízen. Tvoří základní účetní výkaz, který se sestavuje při vzniku podniku (19).

#### **1.7.10.2 Náklady a výnosy podniku**

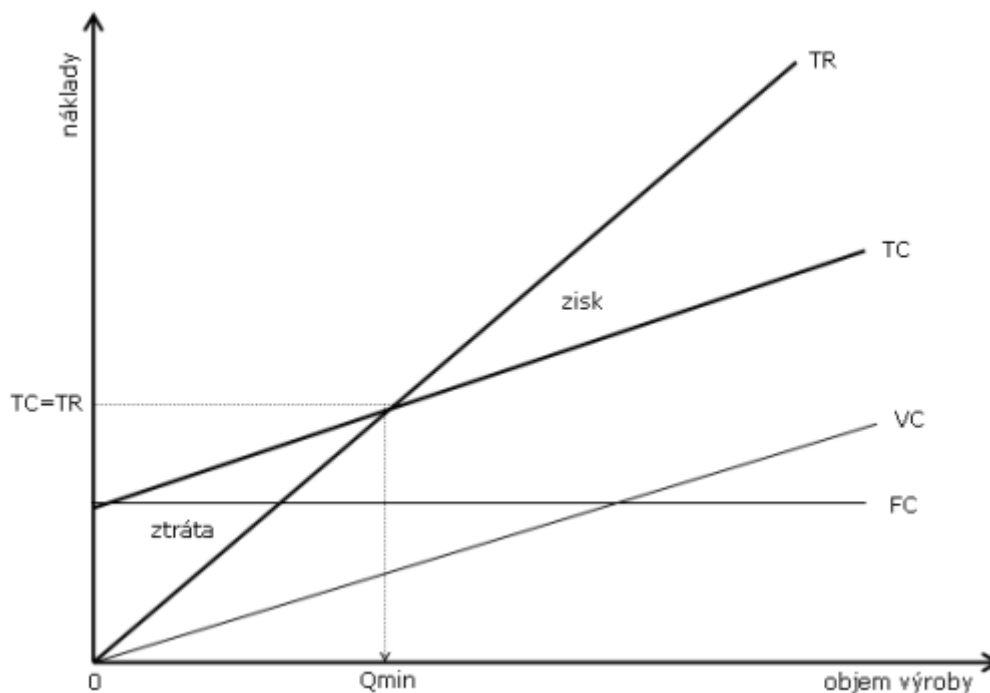
Náklady jsou charakteristické pro peněžní vyjádření spotřeby a výnosy jako výkony účetní jednotky. Rozdíl mezi náklady a výnosy vyjadřuje výsledek hospodaření (20).

#### **Členění nákladů pro výpočet bodu zvratu:**

- Fixní – z krátkodobého pohledu neměnné, zahrnují se do výsledku za účetní období, kterým je příspěvek na úhradu fixních nákladů a zisku;
- Variabilní – mění se s objemem změny výkonu (12).

#### **1.7.10.3 Bod zvratu**

Vyjadřuje objem výroby, při kterém se tržby a celkové náklady rovnají. Slouží k nalezení minimálního objemu výroby, aby podnik nebyl ztrátový (12).



**Obr. č.: 3: Bod zvratu**

(Zdroj: [http://nop.topsid.com/pictures/cviceni\\_2/bod\\_zvratu.png](http://nop.topsid.com/pictures/cviceni_2/bod_zvratu.png))

#### **Výpočet bodu zvratu:**

$TR = TC \quad Z = 0$       Nastává tehdy, když se celkové náklady rovnají tržbám.

Platí, že  $TC = FC + VC$

Kde  $TC$  = celkovým nákladům,  $FC$  = fixním nákladům a  $VC$  = variabilním nákladům

Variabilní náklady na jednotku produkce je možné vyjádřit jako podíl celkových variabilních nákladů a  $Q$ , kde  $Q$  zobrazuje množství produkce.

$$V_j = VC/Q$$

Tržby jsou formulovány jako součin množství produkce ( $Q$ ) a ceny ( $p$ ).

$$TR = p * Q \quad (12).$$

#### **1.7.10.4 Příjmy a výdaje**

Příjmy a výdaje zobrazují výkaz cash-flow, podle kterého se následně sleduje peněžní tok v provozní, investiční a finanční oblasti. Výkaz cash-flow se sestavuje přímou nebo nepřímou metodou (12).

#### **1.7.10.5 Zakladatelský rozpočet podniku**

Abychom zjistili, zda máme zajištěné potřebné zdroje pro realizaci podnikatelského záměru, musíme sestavit reálný rozpočet (tzv. zakladatelský rozpočet) výdajů na zahájení podnikání, ale i na financování provozu (12).

##### Postup finančního plánování

V samém počátku celého finančního plánu stojí prognóza tržeb. Východiskem je prognóza vývoje celkové poptávky a tržního podílu podniku. Výsledné hodnoty jsou usměrňovány podle změn, například v nabídce a poptávce, v tržních cenách a jiných. Poté jsou vyjádřeny formou indexu (12).

Mezi nejjednodušší prognózy tržeb patří:

- Index meziročního růstu;
- Klouzavé průměry (12).

#### **1.7.10.6 Finanční analýza**

Finanční analýza je základním prvkem pro kvalitní finanční řízení podniku a především je analýzou systému podniku. Tato analýza komplexně posuzuje úroveň současné finanční situace podniku. Posuzuje finanční životaschopnost do budoucnosti a její vyhlídky. Rozhodovací proces reagování na silné a slabé stránky je ovlivňován finanční analýzou. Finanční analýza je neméně důležitým prvkem každého podnikatelského plánu ve fázi hledání nejúčinnějších řešení v oblasti finančních zdrojů a formulování finančních zdrojů (21).

#### **1.7.10.7 Plánování investic**

Nestálé investování do obnovy nebo rozšiřování výrobních kapacit vede k požadovanému rozvoji podniku (12).

Investice – finanční výdej, za účelem zhodnocení peněz (18).

### Metody posuzování:

- Metody posuzování;
- Metoda čisté současné hodnoty;
- Metoda indexu rentability;
- Metoda vnitřního výnosového procenta;
- Metoda návratnosti investičního projektu (18).

#### **1.7.11 Přílohy**

Mezi přílohy se řadí dokumenty související se společností, jež chceme zakládat. Jako příklad můžeme vzít výpis z obchodního rejstříku, analýzu trhu, zprávy či články z novin a jiné důležité dokumenty (5).

### **1.8 Financování podnikatelského plánu**

Pro všechny nově vznikající podniky jsou typické následující znaky:

- Nízká úroveň provozního cash-flow;
- Marketingové výdaje;
- Nízká (zavádějící) cena nového produktu;
- Vysoké investiční výdaje.

Z těchto důvodů je nepostradatelnou částí podnikatelského plánu popsání jeho financování. Základním rozdělením zdrojů financování je na vnitřní (interní) a vnější (externí); (24).

#### **1.8.1 Vnitřní (interní) zdroje financování**

Při zakládání podniku můžeme mezi vnitřní zdroje financování zařadit: vklady podnikatele, dary, dotace a vklady investorů. Následně by měly přibýt další zdroje, a to hlavně zisk, odpisy a ostatní interní zdroje, jako například prodej už nevyužívaného majetku (24);(25).

#### **1.8.2 Vnější (externí) zdroje financování**

Externí financování je velmi různorodé a umožňuje rychlejší tvorbu kapitálu (25).

Nejčastějším zdrojem financování je zcela určitě **bankovní úvěr**. Aby mohla banka úvěr poskytnout, je třeba mít určitou hmotnou garanci nebo hmotné aktivum jako záruku. Při žádosti o úvěr je právě velmi důležitý podrobně zpracovaný podnikatelský plán, který banka vyžaduje při poskytování úvěru. Na základě podnikatelského plánu banka zváží svá rizika, žádost o úvěr vyhodnotí a případně nabídne podniku, za jakých podmínek by úvěr mohla poskytnout (25).

Mimo bankovní úvěry také existují **obchodní úvěry**, které mohou poskytovat dodavatelé i odběratelé. Dodavatelský úvěr se zakládá na tom, že se posune datum splatnosti za provedenou dodávku zboží nebo služeb. U odběratelského úvěru to platí obráceně, zákazník zaplatí velkou část předem (jedná se v podstatě o zálohu). Tento typ úvěru je podstatně méně používán než úvěr dodavatelský. Používá se především v odvětvích s delší průběžnou dobou výroby (např.: stavebnictví). Při obchodních úvěrech je nezbytná vzájemná důvěra obou obchodních partnerů (25).

Další možnou formou externího financování je **leasing**. Tato forma externího financování se v České republice stále více rozšiřuje. Leasing neboli pronájem se využívá z důvodu úspory hotovosti a daňových úspor. Jedná se o přenesení práva nájemci užívat majetek na předem určenou dobu za předem určenou částku (nájemné). Jsou dva základní typy leasingu:

- Operativní – jde o zrušitelný spíše krátkodobý pronájem. Po uplynutí sjednané doby pronájmu se majetek automaticky vrací zpět pronajímateli;
- Finanční – jedná se o dlouhodobý pronájem, po jehož skončení přechází majetek za symbolickou částku do vlastnictví pronajímateli (25).

### 1.8.3 Sponzoring

V dnešní době mohou diváci prostřednictvím televizních přenosů sledovat různá loga společností, která jsou umístěna na dresech sportovců a na samotných sportovištích. Média patří k hlavním činitelům, která v poslední době nejvíce ovlivňuje růst sponzoringových investic do sportu ze strany obchodních firem (26).

Sponzoring, tedy vkládání finančních prostředků do určité oblasti s cílem podpořit danou věc, svoji značku (následně zvýšit objem firmy), je hlavní částí produktů spotřebního zboží (26).

Sport byl v minulých letech financován prostřednictvím systému státních příspěvků. Nyní se sportovní kluby, oddíly, ale i jednotlivci musí starat o finance na svoji činnost sami. Státní dotace existují i dnes, ovšem současný systém nutí manažery klubů získávat finance navíc také od obchodních společností (26).

Sponzoring se nezabývá pouze sportovní oblastí a tělesnou výchovou, i když tato oblast je nejvíce rozšířena. Sponzorování zasahuje také do kulturních, vědeckých, charitativních a dalších aktivit v různých sférách života společnosti (26).

Sponzorská činnost má rozdílné formy podporování:

- Mecenášství – opakovaná podpora sportu, kultury, vědy a ostatních oblastí bez očekávaných protislužeb;
- Dárcovství - dárci postačí vědomí, že sportovec, umělec nebo vědec může vykonávat svou činnost na základě daru;
- Nadační činnost – podpora z vlastních ušetřených zisků;
- Sponzorství – marketingová komunikační aktivita, kdy sponzor očekává za svou aktivitu protislužbu (26).

### **1.8.3.1 Sportovní sponzoring**

V dnešní době je potřeba sportovní sponzoring brát, jak již bylo zmíněno, jako specifický prostředek k zajištění dodatečných finančních zdrojů pro tělovýchovné, sportovní a turistické akce, spolky a kluby. Nicméně i jednotlivci se snaží získat finanční prostředky pro svou sportovní činnost (26).

### **1.8.3.2 Sponzoring ve vybraném sportovním odvětví**

Nejvyšší fotbalová i hokejová soutěž má v názvu jméno hlavního sponzora, o vysílací práva se televize přetahují. Merchandisingový obchod vzkvétá díky výsledkům ve

sportovních rubrikách. Třetím nejoblíbenějším sportem je motoristická rallye, kde je situace ovšem poněkud jiná (26).

### **1.8.3.3 Význam sponzoringu v oblasti sportu**

Sponzorské aktivity a jejich význam neustále vzrůstá. Je to jev, který se objevuje ve společnosti čím dál více, a setkáváme se s ním prakticky na každém rohu – při studiu, při sledování televize, při sportovních kláních a na sportovním vybavení (26).

Sponzoring přináší zviditelnění firmy a dokládá její význam a úspěšnost, zvyšuje image firmy a známost značky. Hlavním cílem sponzoringu je podpora konkrétního projektu a to zejména v oblastech jako je zdravotnictví, školství, kultura nebo sport (26).

### **1.8.4 Merchandising**

Slovo Merchandising má dva významy, a to podstatné jméno „the merchandise“ což znamená zboží a sloveso „to merchandise“ což znamená vystavování zboží. Sportovní marketing není v českých podmínkách na takové úrovni jako v zahraničí. Je neustále potřeba tento druh obchodu rozvíjet a věřit, že to přinese prospěch. Sportovní merchandising by se mohl stát velmi zajímavým byznysem v České republice, a to především díky prodeji zboží jako jsou repliky dresů, šály a vlajky, čepice, kšiltovky, čelenky, maskoti, polštáře a sedáky, ručníky, deky, mikiny trička, hračky, karty, psací potřeby, knížky, sportovní vybavení, vybavení pro fanoušky – fandící rukavice, barvy na obličej, baby textil (26).

Úsilí sportovního klubu by mělo být, aby celá jeho propagační činnost, od vstupenek, přes barvu dresů, měla jednotný grafický vzor. Víceúčelové použití loga od malého znaku až po obrovský znak u vstupní brány na stadion určuje jeho charakter. Logo by mělo být maximálně výrazné, mělo by mít vztah k poslání sportovní organizace, mělo by být jednoduše zapamatovatelné a odlišné od ostatních (26).

Logo má oficiální formu, které vystihuje jednotlivé kluby. Každé logo je barevně odlišné, čehož se využívá v propagaci. Logo by mělo být obsaženo na všech propagačních materiálech klubu (26).

## **1.9 Pojem tělesná kultura**

Tento proces se uskutečňuje během pedagogického procesu, v němž se využívá jako hlavního prostředku tělesných cvičení, sloužících k všestrannému zdokonalování člověka a k rozvoji jeho osobnosti (28).

### Sport

Sport je rekreační fyzická aktivita, která tvoří složku volného času a životního stylu ve vrcholové podobě. Sport je provozován i jako profese. Plní funkci zdravotní a relaxační, zahrnuje i momenty soutěživosti a výkonu a reguluje ventilaci agrese. Sport je většinou prováděn podle daných pravidel. Sport dělíme na 3 skupiny a to: relaxační, vrcholový a výkonnostní. Základní dělení sportu je na individuální a kolektivní (28).

### Pohybová rekreace

Má velký vliv na intelektuální, tělesný i sociální rozvoj osobnosti člověka. Pohybová rekreace by měla naplňovat představy o uspokojování potřeb těch, jimž je určena – odpočinek, zábava, vzdělání (28).

### Sportovní odvětví

Tato složka vznikla a vyvíjela se zpravidla zcela samostatně a má proto vždy určité specifické zaměření dané činnosti, v níž se soutěží (28).

### Sportovní svaz

Má organizační propojení na mezinárodní organizace a sdružuje oddíly tělovýchovných jednot jednoho druhu (28).

### **1.9.1 Význam fotbalu jako sportu**

S fotbalem, jako snad nejpopulárnějším a nejrozšířenějším sportem na světě, se člověk setkává každý den. Velké množství informací o výsledcích, sestavách mužstev a dalších fotbalových zajímavostech je možné najít v časopisech, novinách, televizních pořadech a na internetu. Fotbal jako samotná hra se stala sportovním a společenským fenoménem. O tuto sportovní aktivitu se nezajímají pouze profesionální hráči, trenéři a manažeři mužstev, ale i mnoho dalších lidí, a to nejen aktivně v nižších soutěžích, ale především jako diváci. Diváci bývají většinou prvním a neúprosným kritikem momentálního výkonu a to přímo na stadionu nebo u televizních obrazovek (34).

#### **1.9.1.1 Historie fotbalu**

O počátcích a vývoji moderního fotbalu jsou k dispozici pouze nepřesné informace, fotbalový „novověk“ je přesně a podrobně zdokumentovaný. Anglie je kolébkou moderního fotbalu. Míčové hry podobné fotbalu byly v Anglii neméně důležitou součástí výchovy a studia na školách (34).

Dostupné informace o vzniku a vývoji fotbalu u nás jsou poněkud odlišné. Mezi nejvýznamnější a nejstarší kluby u nás patří AC Sparta Praha a SK Slavia Praha. Zpočátku vznikaly fotbalové kluby především v Praze, na konci 19. století začal fotbal pronikat i do dalších měst. Na venkově začal fotbal pronikat začátkem 20. století (34).

#### **1.9.1.2 Pojmy z teorie sportovního tréninku**

Sportovní trénink by měl přispět k snazšímu porozumění a snadnějšímu praktickému zvládnutí, musí směřovat k poznání příčin, které vedou ke změnám sportovní výkonnosti. Na tomto principu je možné vhodně zvolit odpovídající obsah tréninku, jeho koncepci a stavbu, vhodné tréninkové metody a prostředky (29).

**Cílem tréninku** je dosahování individuálně nejvyšší sportovní výkonnosti a úspěšnosti v soutěžích vybrané sportovní aktivity na základě přestavby tkání, systémů a orgánů daného sportovce. Růst sportovní výkonnosti je výsledkem adaptace na plánované, systematické, déletrvající tréninkové a soutěžní zatížení (29).

**Úkolem tréninku** je osvojování techniky a taktiky, které patří pod danou sportovní aktivitu. Celý tento proces je doprovázen rozvojem tělesným, psychickým a sociálním, rozvojem kondice a osobnosti sportovce (29).

**Výsledkem tréninku** v konečném důsledku by měl být rozvoj pohybových schopností, osvojení a zdokonalení pohybových dovedností, rozvoj taktického jednání, osvojení specifických vědomostí, formování osobnostních vlastností a schopnosti soutěžit a v neposlední řadě rozvoj sociálního chování (29).

### 1.9.1.3 Sportovní příprava dětí a mládeže

Pro dosažení maximálních výkonů je krátkodobý trénink nedostačující, příprava musí začínat již od dětského věku. Příprava dětí a mládeže má jiné priority na rozdíl od přípravy dospělých.

- *Nepoškodit organismus (fyzicky ani psychicky);*
- *Vytvoření vztahu ke sportu jako k celoživotní aktivitě;*
- *Vytvoření základů pro pozdější trénink (29).*

**Obecným zásadám sportovního tréninku mládeže** musí předcházet určité priority, kterými jsou jednota vzdělání a výchovy, upevňování zdraví, všestrannost přípravy, sladění školské výchovy a sportovního tréninku, zvyšování tělesné zdatnosti a pohybové výkonnosti a perspektivnost přípravy (29).

Důležitou složkou je **psychická příprava** dětí a mládeže. Měl by se zde rozvíjet a upevňovat zájem a láska ke sportu včetně výkonové motivace. Učit děti postupně jak soutěžit a vychovávat je ke správnému dennímu režimu a životosprávě (29).

Je nesmírně důležité rozdělit tréninkový proces na jednotlivé etapy:

- **Seznamování se sportovní aktivitou** (6 – 10 let mladší školní věk), hlavními úkoly jsou upevňování zdraví, všestranný psychický a tělesný rozvoj, vytvoření pozitivního vztahu k pravidelnému cvičení a tréninku;
- **Základní trénink** (10 – 13 let střední školní věk), hlavním cílem je růst speciální výkonnosti jako důsledek všestranné etapy;

- **Specializovaný trénink** (13 – 18 let starší školní věk), charakteristické pro toto období je zvyšování intenzity tréninkového zatížení a přechod ke specializovaným tréninkovým podnětům. Hlavní prioritou je rozvoj základních a specifických pohybových schopností, nárůst kvantity pohybových dovedností, zvládnutí a zdokonalování techniky a principů taktiky, formování výkonové motivace i životního stylu;
- **Vrcholový trénink** (aplikovaný ve věku značného rozptylu); tento typ je charakteristický pro vysoký objem a intenzitu úkolu pro rozvoj funkční, kondiční a psychické připravenosti. Upevňování osobnosti a podřízení způsobu života požadavkům tréninku a dlouhodobé plánování sportovních cílů (29).

#### 1.9.1.4 Stavba sportovního tréninku

Tato kapitola vždy poukazuje na etapy, které se dělí do menších úseků, a proto jsou lepší pro plánování, organizování a především pro realizace samotného sportovního tréninku. Pro sportovní přípravu dětí jsou hlavní dva „tréninkové cykly“ :

- **Roční tréninkový cyklus**
- **Tréninková jednotka** – což znamená „vlastní“ trénink (30).

##### 1.9.1.4.1 Roční tréninkový cyklus

Je to cyklus, který je pravidelný, opakující se jednotkou v tréninku dětí i dospělých. Nejdelsí úsek, na který plánujeme jednotky tréninku. Roční tréninkový cyklus není vázán na kalendářní rok, ani na jednotlivá roční období. Může začínat v kterémkoli ročním období a stejně tak i končit. Vychází z potřeb specializace na daný sport. Cyklus je složen ze čtyř tréninkových úseků, přičemž každý úsek má jiné úkoly, obsah a formu tréninku. Jde o:

- „*Přípravné období*“;
- „*Předzávodní období*“;
- „*Hlavní (závodní) období*“;
- „*Přechodné období*“ (30).

**Přípravné období** – „slouží k rozvoji obecných i speciálních pohybových schopností a dovedností“. Důležitá je zde pestrost a různorodost tréninků. Přípravné období je založeno na vytvoření dostatečné zásoby kondice pro hlavní období (30).

**Předzávodní období** - zde jsou zařazována speciální cvičení, která jsou však stále ještě kombinována s cvičením všeobecně rozvíjejícím. Trénink by měl být pestrý a měl by obsahovat spojení techniky a taktiky dané disciplíny s určitým kondičním zatížením. Ke konci období jsou na plánu přátelské soutěže a závody, jejichž cílem je ověření trénovanosti dítěte či družstva. Většinou bývá do předzávodního období zařazen také tréninkový tábor (kempy, soustředění) v délce jednoho týdne (30).

**Hlavní (závodní) období** – toto období je nejdůležitější částí ročního cyklu. Probíhají zde soutěže. Obsahem cyklu je zejména speciální trénink, který je proložen tréninkem všeobecně rozvíjejícím. Soutěž by neměla převažovat nad tréninkem. Velmi důležité je zapojovat co nejvíce dětí do závodění. Nevhodným trenérským přístupem je fakt, kdy trenér se snaží z důvodu co nejlepšího výsledku zapojit do závodu jen minimum dětí (30).

**Přechodné období** – předešlé tréninkové cykly měly za cíl rozvinout či udržet výkonnost, přechodné období slouží k odpočinku dětí, a to jak fyzicky, tak psychicky. Většinou se u dětí omezuje pouze na tréninkové volno. Klíčovou roli přitom hraje uvolněná atmosféra, hry a zábava, prožitek dětí (30).

#### **1.9.1.4.2 Tréninková jednotka**

Tréninková jednotka má za úkol realizovat úkoly, které vycházejí z koncepce tréninku, ta je ztvárněna v cyklech různé délky. Délka tréninkové jednotky bývá proměnlivá, u dětí většinou trvá 60-90 minut. Jednotlivé části mají různý poměr v závislosti na obsahu tréninku (30).

#### **1.9.1.5 Fotbalový kemp**

Fotbalové kempy poskytují podrobné instrukce pro hráče na všech pozicích, ať už jsou to útočníci, záložníci, obránci nebo gólmani. Cílem kempů určených pro děti není jen

fotbalové zlepšení, ale také jde o specifickou výchovu samotných dětí, a to jejich duševní houževnatost, sebevědomí a rozvíjet snahu vítězit. Tyto kempy mají za úkol pomoci dětem v nalezení nových kamarádů, zlepšení se ve svých dovednostech a naučit se novým věcem. Na fotbalových kempech působí trenéři, kteří mají zkušenosti s trénováním a sami byli aktivními hráči ve vyšších fotbalových soutěžích (31).

Na kempech se často využívají videa, která pomáhají dětem v jejich dalším rozvoji. Trenéři se snaží zlepšit rovnováhu, koncentraci, sebevědomí, flexibilitu, koordinaci, vůdcovské schopnosti, rychlost, oční kontakt, výkon se skupinou a samozřejmě duševní a fyzickou kondici dítěte (31).

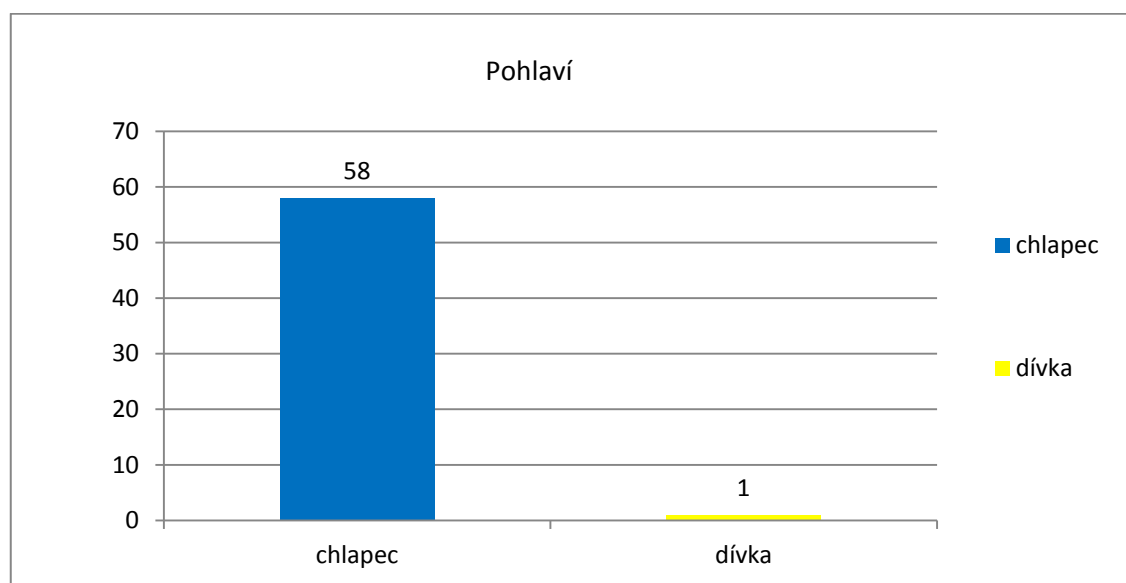
## 2 MARKETINGOVÁ ANALÝZA

### 2.1 Průzkum trhu

Průzkum trhu byl proveden pomocí dotazníků. Dotazníky byly rozeslány po internetu a také v papírové podobě přímo do fotbalových klubů. Dotazníků v papírové podobě bylo rozesláno celkem 85 ks. Na tento dotazník v papírové podobě odpovědělo celkem 48 respondentů, na internetu odpovědělo dohromady 11 respondentů. Dotazník byl pro uchazeče o fotbalový kemp pro děti ve věku 7- 12 let, ale na dotazníky vzhledem k věku odpovídali rodiče. Dotazník obsahuje celkem 11 otázek, které jsou velmi důležité při tvorbě podnikatelského záměru na plánování fotbalového kempu pro děti.

#### 2.1.1 Výsledky dotazníku

Otázka č. 1: Pohlaví dítěte?



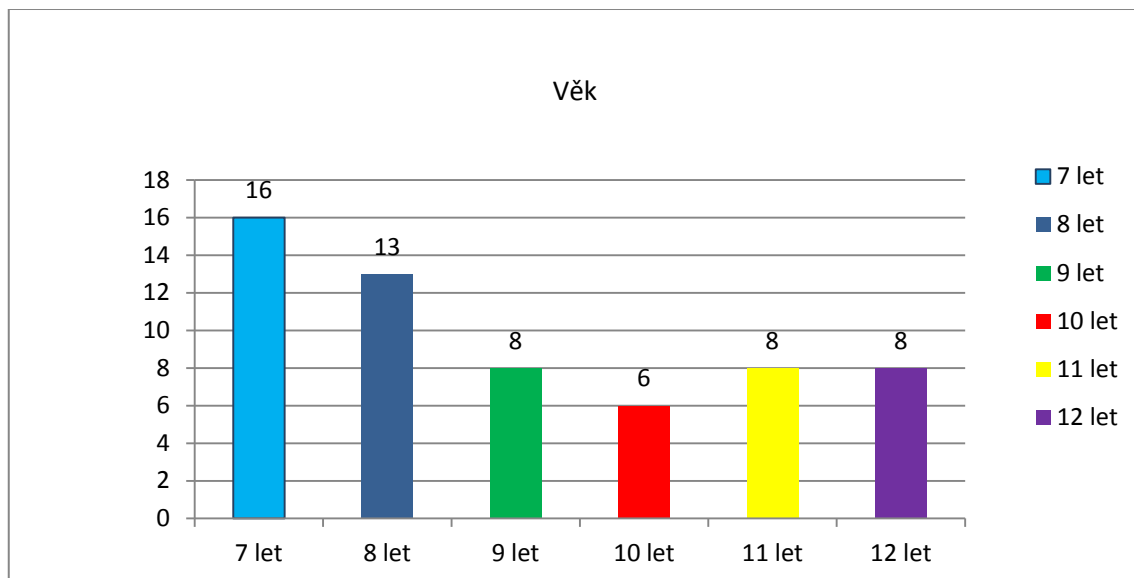
**Graf. č.: 1: Pohlaví dětí**

(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Z odpovědí vyplývá, že zájem o fotbalový kemp má 58 chlapců a jedna dívka. Při tvorbě fotbalového kempu bude nutné počítat s účastí jedné dívky. Bude nutné připravit program pro dívku, která nemůže spát společně na pokoji s chlapci, totéž platí

o hygieně. Z osobní zkušenosti vím, že dívka v této věkové kategorii může být výkonnostně mnohem lépe připravena než chlapci.

Otázka č. 2: Věk dítěte?

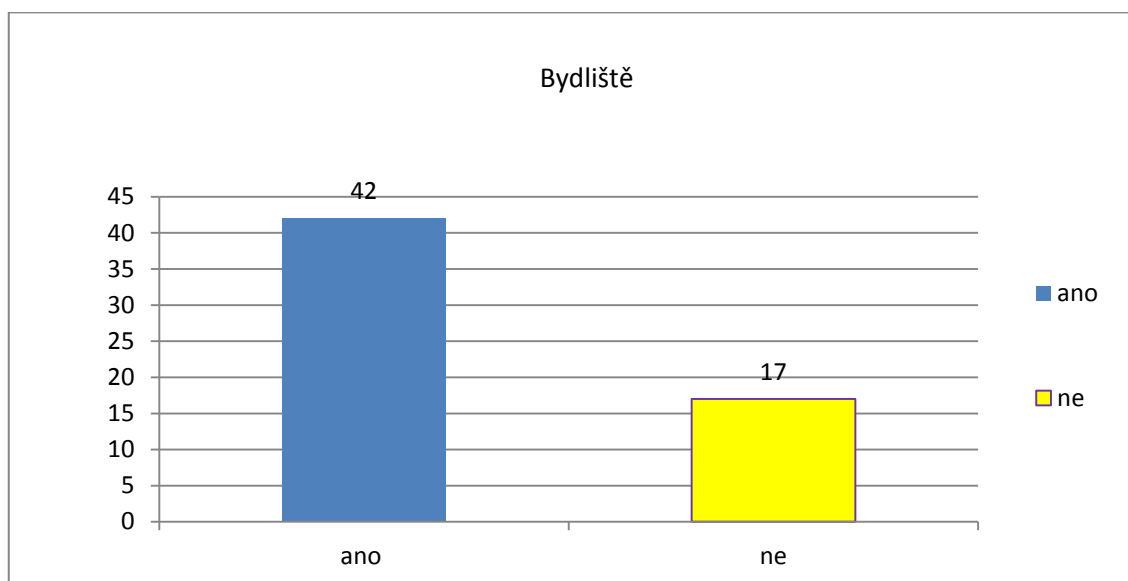


**Graf. č.: 2: Věk dětí**

(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Velmi důležitým faktem je věkové rozložení dětí. Nejvíce dětí bude ve věku 7 a 8 let, což je vhodný věk při sestavování fotbalového kempu. Děti jsou v tomto věku velice tvárné a hravé. Samozřejmě v tomto věku nejsou děti příliš fyzicky připravené na velkou sportovní zátěž, tudíž budeme tvořit fotbalový kemp spíše do formy zábavy. Budeme se snažit děti co nejvíce zabavit formou her, soutěží tak, aby pro ně byl kemp zábavný.

### Otázka č. 3: Jste z Olomouce?

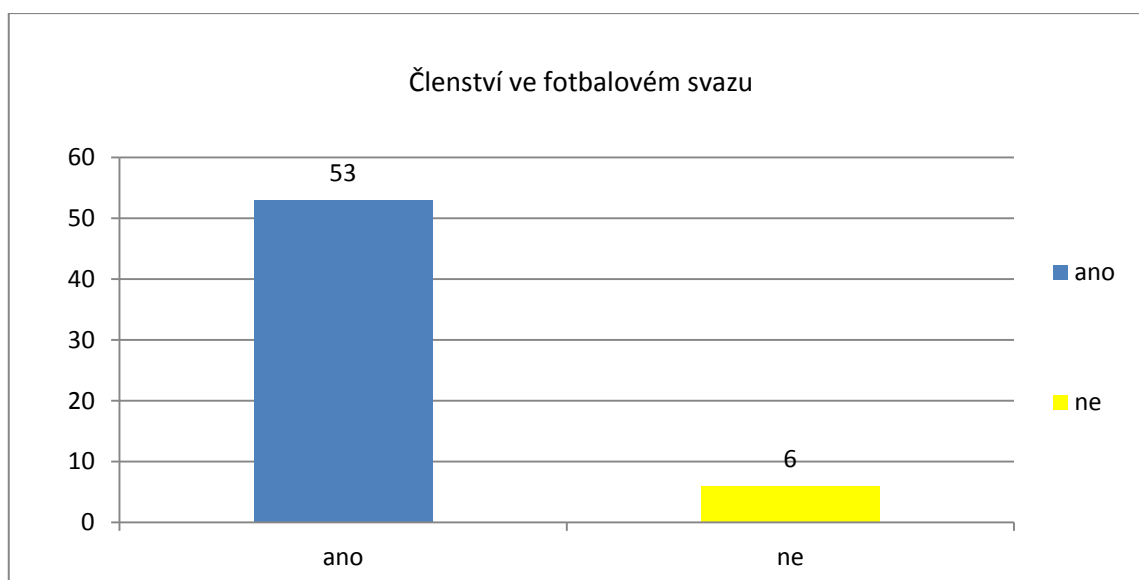


**Graf. č.: 3: Bydliště dětí**

(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

V návaznosti na předchozí otázku vzhledem k věku dětí je velice důležitý údaj, jestli děti bydlí v Olomouci nebo v blízkém okolí. Z grafu vyplývá, že většina respondentů bydlí v Olomouci, přesněji 42 a zbylých 17 respondentů bydlí v blízkosti Olomouce.

### Otázka č. 4: Je Vaše dítě členem Českomoravského fotbalového svazu?

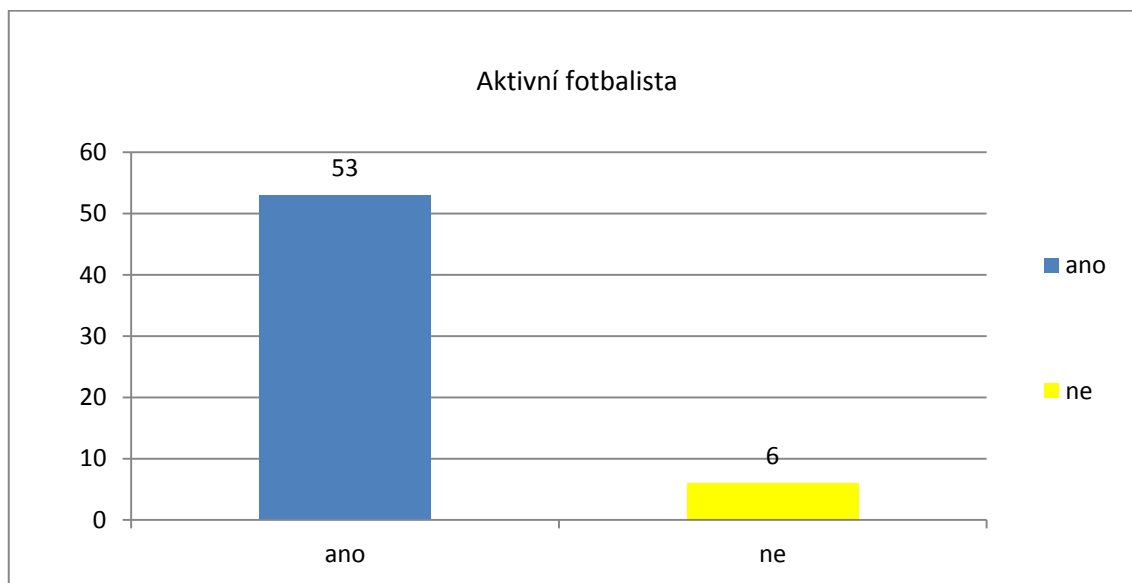


**Graf. č.: 4: Děti, které jsou členy ČMFS**

(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Další otázka znázorňuje kolik dětí je členem Českomoravského fotbalového svazu. Z grafu vyplývá, že 53 dětí z celkových 59 je členem Českomoravského fotbalového svazu. Tudiž jsou děti zvyklé na tréninky a měly by být připravené na určitou sportovní zátěž. Je pro nás velice dobrou zprávou, že většina dětí má pravidelné tréninky a jsou připravené na fotbalový kemp.

Otázka č. 5: Je zájemce o fotbalový kemp aktivním hráčem?

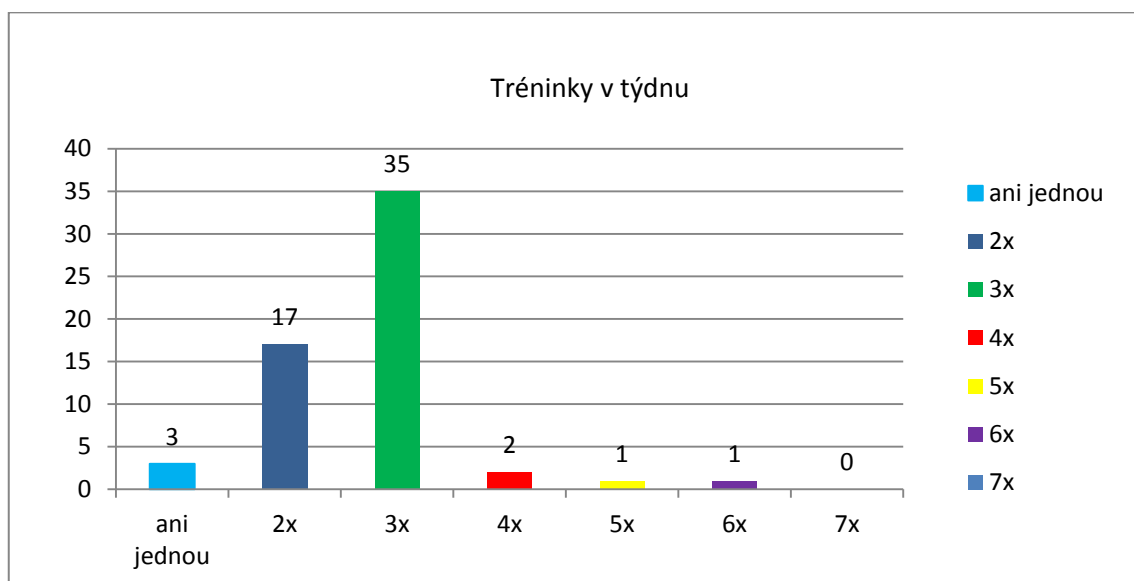


**Graf. č.: 5: Aktivní fotbalisté**

(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Zde je možné vidět, zda jsou zájemci o fotbalový kemp aktivními hráči nebo se o fotbal zajímají, ale jsou amatérskými sportovci. Z grafu je patrné, že většina zájemců jsou aktivními hráči v klubech a pouhých 6 dětí jsou začátečníci ve fotbale.

Otázka č. 6: Kolikrát týdně má dítě fotbalovou přípravu?

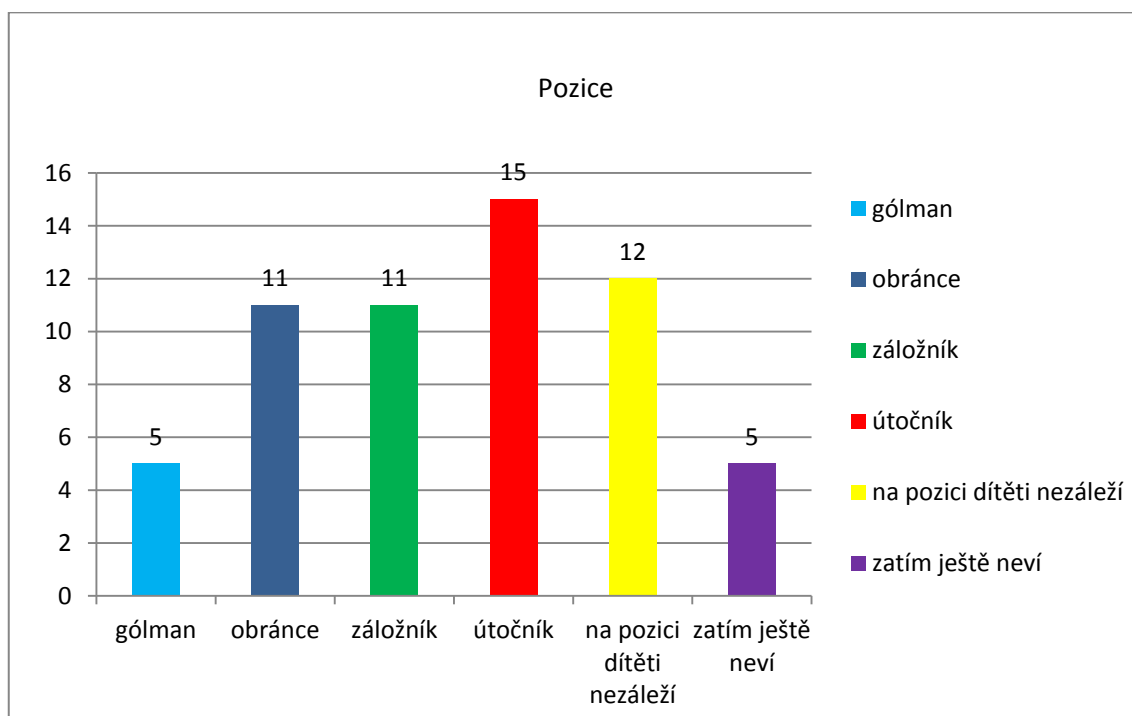


**Graf. č.: 6: Týdenní fotbalová příprava dětí**

(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Dále bylo nutné zjistit, kolikrát týdně mají děti fotbalovou přípravu. Z grafu je patrné, že nejvíce dětí má fotbalovou přípravu dvakrát až třikrát týdně a o víkendech hrají mistrovské zápasy. Vzhledem k věkovému rozložení je fotbalová příprava dvakrát až třikrát týdně přiměřená jejich věku. V tomto věku by sport měl být především koníčkem a zábavou, neměl by zde být nějaký tvrdý drill, jelikož jsou zde děti ve věku od 7 do 12 let.

Otázka č. 7: Na jaké pozici dítě hraje (případně oblíbená pozice)?

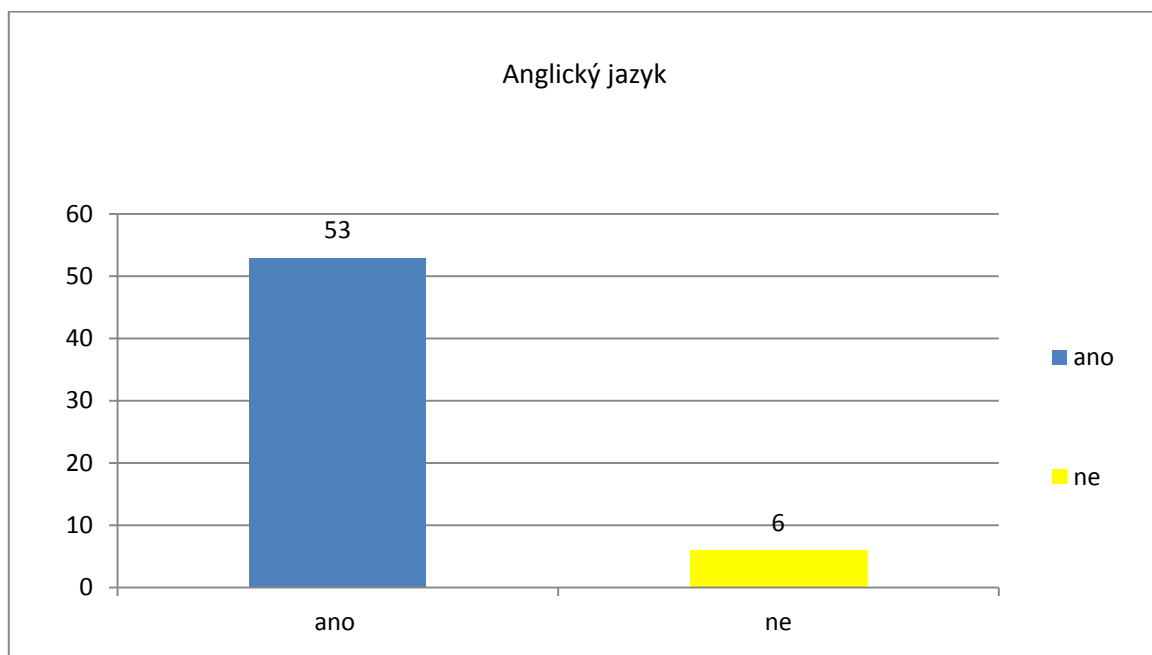


**Graf. č.: 7: Pozice, na kterých děti hrají**

(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Na tomto grafu je názorně vidět, na jakých pozicích děti hrají, případně jejich oblíbená pozice. Při tvorbě tréninků se budeme snažit rozdělit děti podle výkonnosti, ale i podle pozic na kterých hrají nebo jsou jejich oblíbené. Samozřejmě těchto tréninků, kde děti rozdělíme podle pozic, na kterých působí, bude méně, jelikož děti v průběhu své kariéry nespočetněkrát změni pozice v týmu.

Otázka č. 8: Máte zájem o zařazení do programu kempu výuku anglického jazyka? (výuka by probíhala v rozsahu jedné hodiny denně na úrovni začátečník)

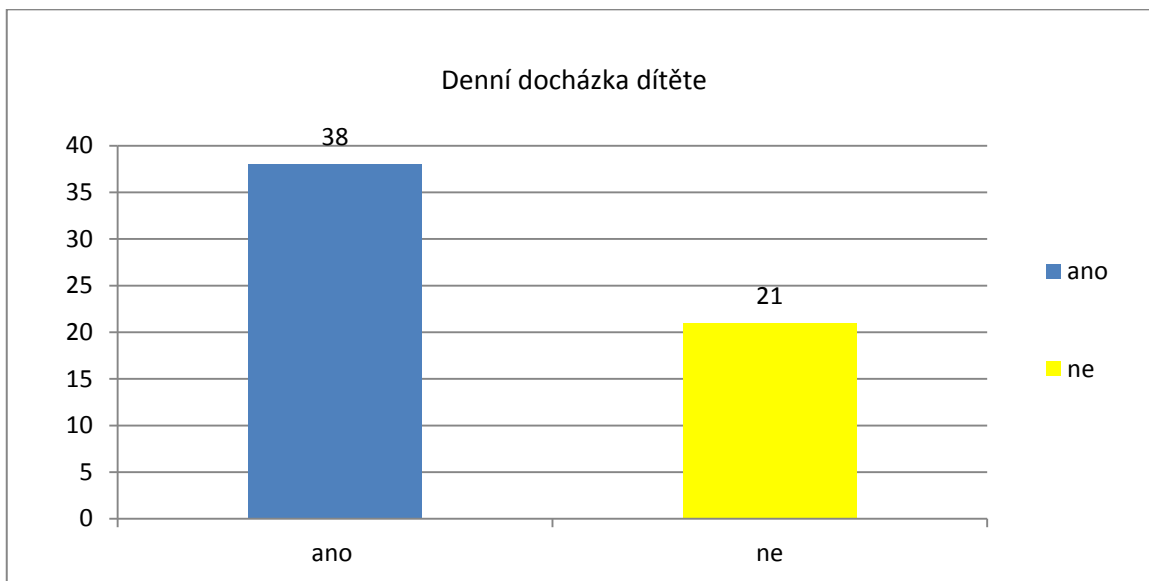


**Graf. č.: 8: Výuka anglického jazyka**

(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Tato otázka byla spíše zaměřena na rodiče dětí. Do programu kempu chceme zařadit výuku anglického jazyka v rámci jedné hodiny denně, na úrovni začátečník. Nechceme pouze vést fotbalové tréninky pro děti, ale chceme děti vzdělávat i touto formou. Cizí jazyk je v dnešní době nepostradatelný a proto je chceme přimět k výuce již od tohoto věku. Z dotazníku je patrné, že 53 rodičů by mělo zájem o výuku anglického jazyka a pouze 6 rodičů nemá zájem vzdělávat své děti formou výuky anglického jazyka.

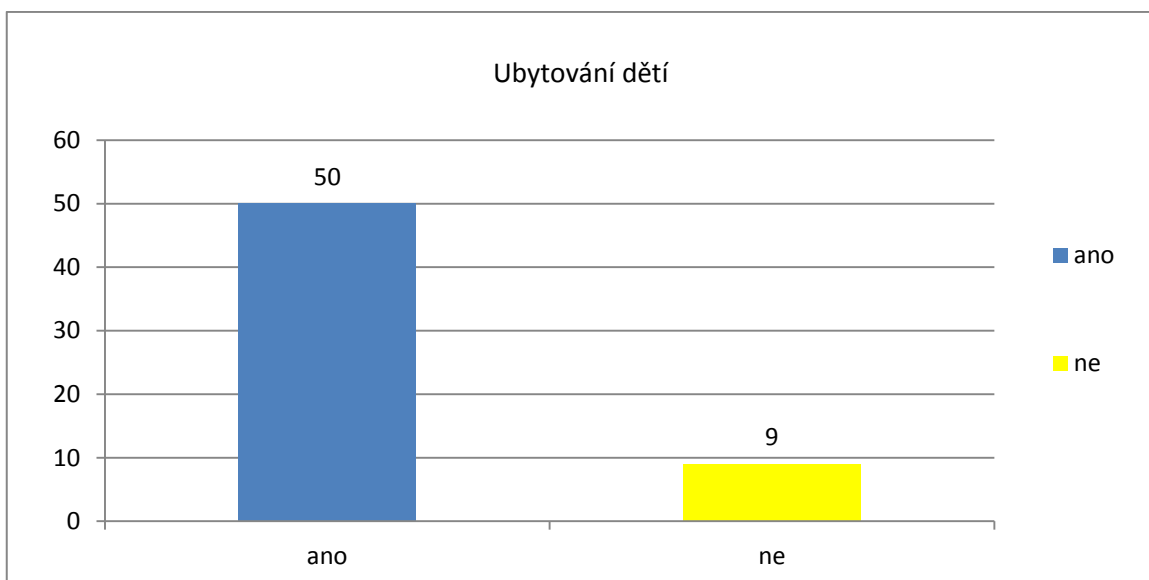
Otázka č. 9: Preferujete pořádání kempu formou denní docházky dítěte?



**Graf. č.: 9: Denní docházka dětí na kemp**  
(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Z dotazníku a jejich odpovědí vyplývá, že nadpoloviční většina má zájem o denní docházku dětí na kemp.

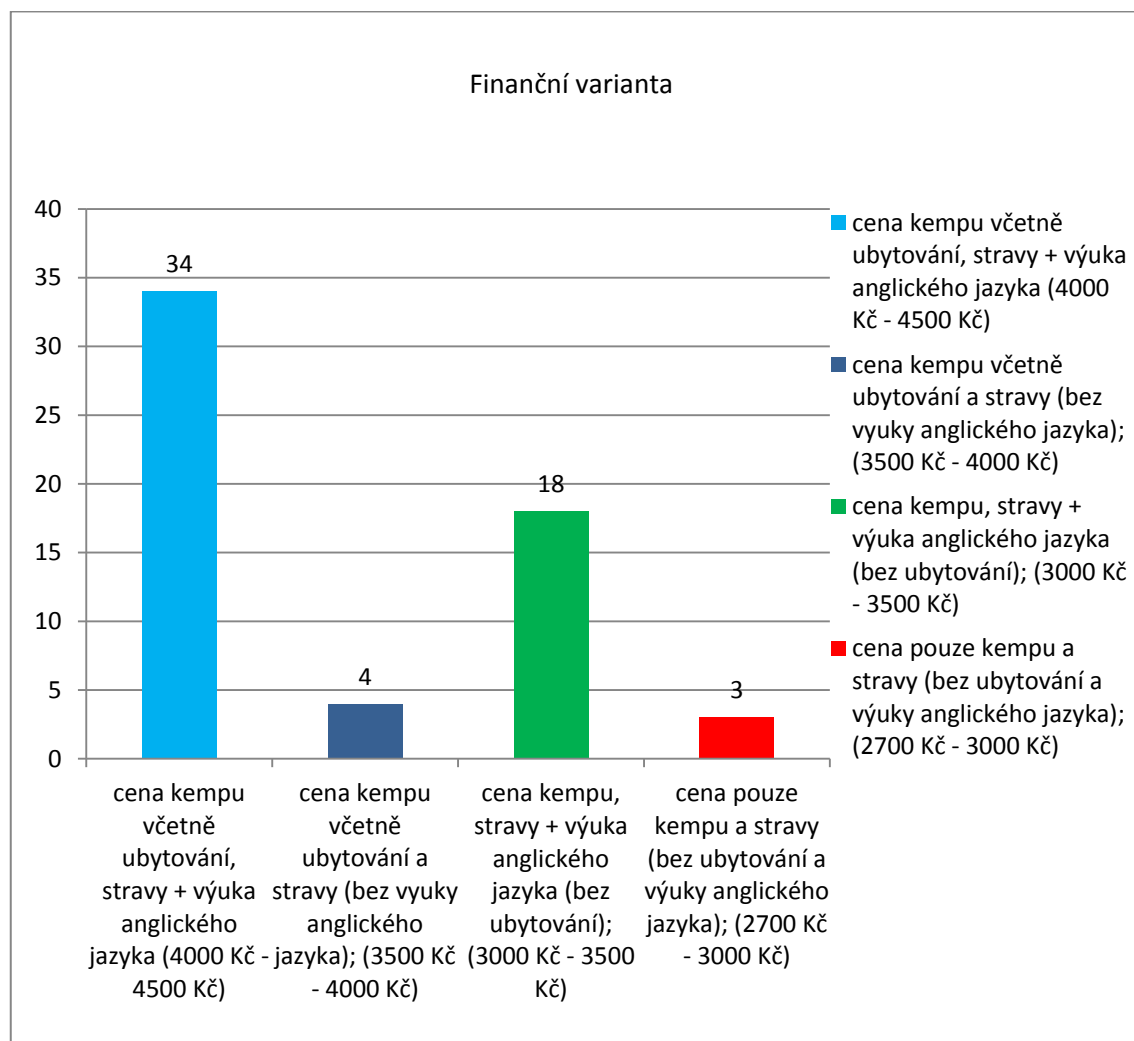
Otázka č. 10: Využili byste možnost ubytování dítěte v hotelu pod vedením pedagoga?



**Graf. č.: 10: Ubytování dětí**  
(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Dalším velice důležitým údajem pro organizaci samotného kempu je informace, která se týká ubytování dětí. Z dotazníku vyplývá, že 50 rodičů z oslovených 59 by mělo zájem o ubytování dětí pod vedením pedagogů. Tuto informaci využijí pro podnikatelský záměr.

Otázka č. 11: Jakou variantu byste zvolili?



**Graf. č.: 11: Finanční varianta kempu**

(Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníku)

Velice důležitá je informace vyplývající z poslední otázky dotazníku. Na poslední otázku v dotazníku, která se vztahuje k finančním variantám kempu, nejvíce respondentů odpovědělo volbou výběru částky mezi 4000 Kč – 4500 Kč. Je tedy patrné, že 34 dětí z 59 budou mít zájem o ubytování na týdenním kempu a dalších 18 dětí se

bude chtít fotbalového kempu účastnit formou denní docházky. Je tedy možnost počítat s ubytováním většiny dětí a zbylé děti budou fotbalový kemp navštěvovat formou denní docházky.

## **2.2 Cílový trh**

Fotbalové kempy se v naší republice v posledních letech velice rozšiřují. Bohužel je zde málo fotbalových kempů v poměru k fotbalovým oddílům. Fotbalové kempy jsou většinou pořádány fotbalovými legendami nebo velkými společnostmi, nikoliv fotbalovými kluby, které na takové velké události nemají dostatečný časový prostor. Fotbal patří v dnešní době mezi nejvíce rozšířené sporty v naší republice, avšak tyto kempy nejsou natolik rozšířené, jako v zahraničí, kde jsou tyto kempy velice populární.

Fotbalový kemp jsem situoval do Olomouce právě proto, že pocházím z Olomouce a tudíž místní fotbalové prostředí velice dobře znám. Sám jsem dosud aktivním hráčem fotbalu a byl jsem v minulosti hráčem fotbalového klubu SK Sigma Olomouc, který má velice dobrou mládežnickou základnu. Věkovou skupinu 7 – 12 let jsem vybral z toho důvodu, že děti v tomto věku je velice dobré vést k pravidelné sportovní činnosti, nastavit jim určitý sportovní řád, motivovat děti do budoucna a v neposlední řadě si děti pomocí těchto kempů mohou najít nové kamarády, získat nové zkušenosti a samotní trenéři mají možnost najít nové „talenty“.

## **2.3 SWOT analýza**

Ve SWOT analýze porovnáme silné a slabé stránky, možné hrozby a příležitosti fotbalového kempu pro děti ve věku od 7 do 12 let.

### Silné stránky:

- Velice populární kempy v zahraničí a nyní i v ČR
- Rostoucí počet zájemců
- Dobré umístění
- Kvalifikovaný personál
- Přátelské prostředí a přístup personálu

- Osobní zkušenosti s tímto druhem sportu
- Účast známého fotbalisty, který působí v zahraničí
- Osobní přístup

Mezi silné stránky patří určitě kvalifikovaní trenéři, kteří působí ve fotbalovém klubu SK Sigma Olomouc a většina trenérů dříve působila minimálně jako poloprofesionální hráči fotbalu. Všichni trenéři jsou proškoleni a mají s takovými kempy již zkušenosti.

Sportovní areál SK Sigma Olomouc je velice moderní sportovní areál. Nachází se zde 3 hřiště s přírodní trávou, jedno hřiště s umělým povrchem a v případě špatného počasí je možnost trénovat v hale. Ubytování pro účastníky kempu je zajištěno v blízkosti areálu sportovního klubu SK Sigma Olomouc, což je obrovskou výhodou při přechodu na tréninkové hřiště, které je vzdáleno pouhých 100 metrů.

Na každého trenéra bude připadat maximálně 10 účastníků kempu, což vede k velice kvalitnímu rozvoji jedince.

Další neméně silnou stránkou je účast známého, mladého fotbalisty pocházejícího z Olomouce a to Tomáše Kalase.

#### Slabé stránky:

- První ročník
- Nevybudované jméno v oboru

Největší slabinou pořádání fotbalového kempu je fakt, že se bude konat první ročník, tudíž není možné navázat na spokojenost účastníků kempu z loňských ročníků.

#### Příležitosti:

- Stále rostoucí zájem o fotbalové kempy
- Účast mladého olomouckého fotbalisty, který nyní působí v zahraničí
- Možnost přestoupit do lepšího klubu
- Možnost poznat nové kamarády

- Možnost trénovat pod těmi nejkvalitnějšími trenéry ve svém oboru
- Potencionální sponzoři pro další ročník

V dnešní době je fotbal velice populárním sportem. Před konáním samotného fotbalového kempu, proběhne v Olomouci Mistrovství Evropy hráčů do 21 let ve fotbale. Po ukončení šampionátu se očekává nárůst popularity fotbalu nejen v Olomouci, ale po celé republice.

Fotbalové tréninky povedou kvalifikovaní fotbaloví trenéři z fotbalového klubu SK Sigma Olomouc, což bude pro mnoho kluků velice motivující. Mnoho z nich si právě díky tomuto kempu bude moci najít místo v novém klubu, najít si nové kamarády, naučit se spoustě nových věcí, ale především získat plno nových zážitků z tohoto fotbalového kempu.

Pro mnohé firmy je fotbalový kemp velice dobrým produktem k jejich zviditelnění. Pro pořádání fotbalového kempu je vhodné sehnat sponzory, kteří se budou chtít finančně podílet na pořádání fotbalového kempu. Na oplátku je samozřejmostí zviditelnění jejich firem v podobě loga na tričkách, které se budou dělat pro děti a samotné vyvěšení log firem při trénincích a pořizování fotografií na trénincích.

#### Hrozby:

- Konkurence
- Ekonomické hrozby v podnikání

Možnou hrozbou v pořádání fotbalového kempu je určitě konkurence. Jak jsem již zmínil, jeden fotbalový kemp v Olomouci již existuje pod záštitou bratří Romana a Michala Hubníků. Ovšem tento kemp je pro velkou řadu potencionálních klientů finančně náročný a není tak finančně dostupný pro rodiče mladých fotbalistů.

## **2.4 Analýza konkurence**

Město Olomouc je krajským městem Olomouckého kraje, leží v srdci Moravy a může se pochlubit velkou fotbalovou základnou. V Olomouci působí velké fotbalové kluby

jako je SK Sigma Olomouc, 1. HFK Olomouc a dále nespočet menších klubů, jejichž hráči hrají v různých úrovních fotbalových soutěží. Řada fotbalových klubů působí nejen v centru Olomouce, ale i na okraji města a v přilehlých vesnicích. V Olomouci a jeho okolí je fotbal velice rozšířeným sportem, má zde řadu fanoušků. V České republice proběhne v červnu 2015 Mistrovství Evropy hráčů ve fotbale do 21 let a Olomouc byla zařazena mezi města, kde proběhnou turnajová utkání.

V Olomouci je nyní pořádán jeden fotbalový kemp bratří Romana a Michala Hubníků, který ovšem není s ohledem na vyšší finanční náročnost dostupný pro širší veřejnost a zájemce z nižších fotbalových soutěží. Cena za konkurenční fotbalový kemp je 6990 Kč/osoba.

V následující tabulce se zaměřím na nejdůležitější konkurenční faktory, které jsou u potencionálního konkurenta.

**Tab. č.: 1: Konkurenční kemp bratří Hubníků** (Zdroj: vlastní zpracování)

NÁZEV FOTBALOVÉHO KEMPU	CENA KEMPU	POČET DĚTÍ	MÍSTO KONÁNÍ KEMPU	DATUM KEMPU
Fotbalová škola Michala a Romana Hubníka	6990,- Kč/osoba	max 100	sportovní areál SK Sigma Olomouc	18. - 24. 7. 2015

Po zhodnocení analýzy konkurence je zřejmé, že cena kempu je pro řadu zájemců v Olomouci vysoká a tím pádem pro mladé začínající fotbalisty nedostupná. Pro podnikatelský záměr na tvorbu fotbalového kempu je nezbytné, nastolit takovou cenovou politiku, aby bylo možné konkurovat tomuto fotbalovému kempu.

Cenu fotbalového kempu bude nutné stanovit na co nejnižší možné úrovni, aby bylo možné tomuto kempu konkurovat a také v zájmu získání klientely. Při plánování tohoto kempu bylo nezbytné dotazování pomocí dotazníků, kde je možné zjistit, jaké finanční prostředky jsou respondenti ochotni a schopni za fotbalový kemp vynaložit.

Služby se budou oproti konkurenci trochu lišit a to od základu, nebudeme se zaměřovat na kvantitu, ale spíše na kvalitu samotného kempu. Budeme se snažit co nejvíce zaměřit na samotné jedince kempu a vyjít jim ve všech směrech vstříc, abychom si získali stálou klientelu a rozšířili povědomí o tomto kempu.

Na fotbalovém kempu budou působit trenéři, kteří působí ve fotbalovém klubu SK Sigma Olomouc, a také chceme dát příležitost trenérům, kteří trénují v menších klubech. Chceme rozvíjet trenéry v Olomouckém kraji a dát jim příležitost se podílet na pořádání fotbalového kempu. Tudiž zde budou trénovat 3 trenéři z fotbalového klubu SK Sigma Olomouc a dva trenéři z menších fotbalových klubů.

Na konkurenčním kempu působí pouze profesionální trenéři. V menších klubech působí nespočet zkušených, mladých a nadaných trenérů, kteří začínají s trénováním, a my jim chceme pomoci při rozvoji trenérské kariéry. Naším cílem nebudou pouze děti, ale i dva nadaní, mladí trenéři, kteří nám pomohou při organizaci fotbalového kempu.

Samozřejmě chceme také připravit pro malé fotbalisty, kteří se kempu zúčastní, překvapení v podobě účasti bývalého mladého hráče SK Sigmy Olomouc Tomáše Kalase, který bude účastníkem ME hráčů ve fotbale do 21 let a je pro řadu mladých fotbalistů vzorem a motivací. Tomáš Kalas je mým bývalým fotbalovým spoluhráčem a přislíbil svoji účast na tomto pořádaném kempu, což jistě řada zájemců ocení se setkat osobně s tímto fotbalovým talentem a společně si zahrát i fotbal.

## **3 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ**

### **3.1 Návrh**

Ve vlastním návrhu podnikatelského plánu se budeme věnovat pořádání fotbalového kempu pro děti ve věku od 7 do 12 let v Olomouci. Fotbalový kemp bude provozován ve sportovním areálu SK Sigma Olomouc, ale sportovní klub bude pouze pronajímatelem.

Organizátorem fotbalového kempu bude Tomáš Majda. Pro organizování takového kempu bude organizátor pořádat kemp jako OSVČ. Dále zde budou působit 3 trenéři z fotbalového klubu SK Sigma Olomouc, kteří vlastní fotbalovou licenci B a dva trenéři z menších klubů, kteří vlastní licenci C. Všichni trenéři mají zkušenosti s trénováním dětí.

Při plánování kempu bylo velice důležité pomocí dotazníků zjistit, jaká věková skupina má o fotbalový kemp největší zájem. Fotbalový kemp by měl být věkově vyrovnaný, a proto budou děti rozděleny do výkonnostních a věkových skupin tak, aby děti fotbalový kemp zvládly. Naším cílem v tréninku bude pravidlo, že každý trenér bude mít na starost maximálně 10 dětí.

### **3.2 Program kempu**

Termín konání fotbalového kempu pro děti je stanoven v době letních prázdnin a to v termínu od 6. 7. 2015 – 12. 7. 2015. Jak jsem již zmínil, v červnu proběhne v České republice Mistrovství Evropy hráčů do 21 let ve fotbale, což předpokládáme, že nám pomůže vzrůst na popularitě po samotném šampionátu, který se bude konat také v Olomouci.

### **3.2.1 Denní harmonogram kempu**

Pondělí:

- 8:00 až 9:00 příjezd účastníků, registrace
- 9:15 až 9:45 schůzka s rodiči a hráči
- 10:00 až 10:30 seznamovací sportovní hry
- 11:00 až 12:00 úvodní trénink, fotbalové rozdělení do skupin podle výkonnosti
- 12:15 až 13:00 oběd
- 13:00 až 14:00 odpolední odpočinek na pokoji
- 14:15 až 15:15 úvodní hodina výuky anglického jazyka, rozdělení do skupin
- 15:45 až 17:15 odpolední trénink
- 17:45 až 18:30 večeře
- 19:00 až 20:00 beseda o fotbalovém Mistrovství Evropy hráčů do 21 let
- 20:00 až 20:15 druhá večeře
- 21:00 večerka

Úterý:

- 7:00 budíček
- 7:30 až 8:00 snídaně
- 8:30 až 10:00 trénink zaměřený na rozvoj kondice, rozvoj dynamiky
- 10:30 až 11:30 ukázky správného strečinku
- 11:45 až 12:30 oběd
- 12:30 až 13:30 odpolední odpočinek na pokoji
- 13:45 až 14:45 výuka anglického jazyka dle rozdělených skupin
- 15:15 až 17:00 trénink zaměřený na herní situace a hru
- 17:15 až 18:00 večeře
- 18:15 až 19:45 bowling
- 20:00 až 20:15 druhá večeře
- 20:15 až 20:45 beseda o pravidlech ve fotbale
- 21:00 večerka

#### Středa:

- 7:00 budíček
- 7:30 až 8:00 snídaně
- 8:30 až 10:00 trénink zaměřený na herní kombinace a hru
- 10:30 až 11:30 výuka anglického jazyka dle rozdělení do skupin
- 11:45 až 12:30 oběd
- 12:30 až 13:30 odpolední odpočinek na pokoji
- 13:45 až 15:15 atletická příprava zaměřená na fotbal
- 15:30 až 17:00 trénink se zaměřením na technické zdatnosti ve fotbale
- 17:30 až 18:00 večeře
- 18:30 až 19:45 wellness
- 20:00 až 20:15 druhá večeře
- 20:15 až 20:45 beseda na téma První pomoc
- 21:00 večerka

#### Čtvrtek:

- 7:00 budíček
- 7:30 až 8:00 snídaně
- 8:30 až 10:00 trénink zaměřený na rozvoj dynamiky a síly
- 10:30 až 11:30 trénink zaměřený na techniku s míčem
- 11:45 až 12:30 oběd
- 12:30 až 13:30 odpolední odpočinek na pokoji
- 14:00 až 15:00 výuka anglického jazyka dle rozdělení do skupin
- 15:30 až 17:00 herní trénink
- 17:30 až 18:15 večeře
- 18:30 až 19:45 beseda na téma „naše fotbalové úspěchy“
- 20:00 až 20:15 druhá večeře
- 20:15 až 20:45 písemný test na téma první pomoc
- 21:00 večerka

#### Pátek:

- 7:00 budíček
- 7:30 až 8:00 snídane
- 8:30 až 10:00 trénink zaměřený na kondici
- 10:30 až 11:30 trénink zaměřený na rozvoj síly a dynamiky
- 11:45 až 12:30 oběd
- 12:30 až 13:30 odpolední odpočinek na pokoji
- 13:45 až 14:45 výuka anglického jazyka
- 15:00 až 16:45 nafukovací vodní fotbálek, měření rychlosti střely, měření přesnosti střely a nahrávek, měření rychlosti sprintu, měření výšky výskoku vše v rámci tréninku a zabavení dětí
- 17:15 až 17:30 večeře
- 17:45 až 19:45 aquapark
- 20:00 až 20:15 druhá večeře
- 20:15 až 20:45 beseda na téma rozvoj osobnosti a rozvoj fotbalové kariéry
- 21:00 večerka

#### Sobota:

- 7:00 budíček
- 7:30 až 8:00 snídane
- 8:30 až 10:00 plážový fotbal
- 10:30 až 11:30 trénink zaměřený na technické dovednosti s míčem
- 11:45 až 12:30 oběd
- 12:30 až 13:30 odpolední odpočinek na pokoji
- 13:50 až 15:20 trénink zaměřený na herní situace a fotbalové dovednosti
- 15:45 až 17:00 testování všech účastníků – kondice, síla a dynamika
- 17:30 až 18:15 večeře
- 18:30 až 20:00 beseda s Tomášem Kalasem
- 20:00 až 20:15 druhá večeře
- 21:00 večerka

Neděle:

- 7:00 budíček
- 7:30 až 8:00 snídaně
- 8:30 až 9:30 trénink technických dovedností s Tomášem Kalasem
- 9:45 až 11:45 fotbalové utkání účastníků kempu spolu s Tomášem Kalasem
- 11:45 až 12:30 oběd
- 13:00 až 15:00 předání věcných cen všem účastníkům fotbalového kempu, ukončení fotbalového kempu

### **3.3 Propagace**

K propagaci samotného kempu byly využity informační letáky (Příloha 1), které byly na přelomu ledna a února 2015 rozdány do fotbalových klubů. Byly vytvořeny webové stránky, kde jsou potřebné informace pro potenciální zájemce o kemp. Samozřejmě byla vytvořena stránka na sociální síti Facebook, kde je tato reklama bezplatná.

### **3.4 Sponzoring**

Pro první ročník pořádní fotbalového kempu nelze počítat s příliš velkým počtem sponzorů, kteří by se akce zúčastnili. Do dalších let bude prioritou získat nové sponzory, kteří budou ochotni finančně pomoci při pořádání dalšího fotbalového kempu. Do budoucí spolupráce bude nutné oslovit sponzory, kteří se zabývají výrobou a prodejem produktů využívaných ve fotbale a to nejlépe fotbalové značky, které by přilákaly klientelu. Sponzorům by bylo následně umožněno prodávat jejich produkty před zahájením fotbalového kempu.

### **3.5 Strava**

Děti budou mít během fotbalového kempu zajištěný po celý den pitný režim a stravu. Strava i pitný režim budou sestaveny odborníky na výživu pro děti a mládež. Celý jídelníček a pitný režim bude samozřejmě velice pestrý. Strava bude zajištěna v restauraci Góóól, která je přímo v areálu fotbalového stadionu Sigmy Olomouc a je vzdálena pouhých 20 metrů od ubytovny.

## 3.6 Ubytování

Děti s trenéry budou ubytováni na vysokoškolských kolejích UP Olomouc, které v létě neobývají studenti a tudíž nebudou děti rušeny v nočních hodinách. Koleje jsou v bezprostřední vzdálenosti od restaurace a od sportovního areálu SK Sigma Olomouc.

## 3.7 Kalkulace

Před začátkem organizace akce by měla předcházet fáze sestavování kalkulace a předběžného rozpočtu. Sestavení kalkulace poskytne předběžný odhad o výnosech, které by měla samotná akce přinést a o nákladech, které vzniknou při plánování a organizaci fotbalového kempu.

### 3.7.1 Předběžná kalkulace

V předběžné kalkulaci se počítá s účastí 50 dětí, což je ideální počet pro 5 trenérů.

#### Náklady

Do nákladů patří:

- Pronájem sportovního areálu SK Sigma Olomouc
- Strava a pitný režim
- Upomínkové předměty pro děti (trička, diplomy)
- Mzdy trenérů
- Propagační materiál, tvorba webových stránek
- Návštěva bowlingového centra, aquaparku, pronájem plážového hřiště, výuka anglického jazyka, návštěva wellness, nafukovací vodní fotbálek, zapůjčení měřící techniky
- Pojištění
- Administrativa

#### Rozpočet

- Ubytování 50 osob x 250 Kč/osoba – noc x 6 nocí = 75 000 Kč
- Strava 50 osob x 120 Kč/osoba/den x 7 dní = 42 000 Kč
- Pitný režim (cena iontového nápoje 300Kč/1 l; 1 l = 70 l = 3 300 Kč  
iontového nápoje, potřeba je 770 l)

- Trička 50 osob x 50 Kč/ks	= 2 500 Kč
- Diplomy 50 osob x 5 Kč/ks	= 250 Kč
- Propagační letáky 100 ks x 2 Kč/ks	= 200 Kč
- Webové stránky	= 5 000 Kč
- Bowling 50 osob x 20 Kč/osoba	= 1 000 Kč
- Aquapark 50 osob x 60 Kč/hod	= 3 000 Kč
- Wellness 50 osob x 60 Kč/hod	= 3 000 Kč
- Plážový fotbal 1 kurt – 150 Kč (3 kurty x 150 Kč)	= 450 Kč
- Nafukovací vodní fotbal 3000 Kč/celý den	= 3 000 Kč
- Zapůjčení měřicí techniky 500 Kč/celý týden	= 500 Kč
- Pojištění osob 50 osob x 6 Kč/den x 7dní	= 2 100 Kč
- Administrativní práce	= 1 000 Kč
- Výuka anglického jazyka 50 osob x 50 Kč/os./hod x 5 dní (skupina po 10 dětech)	= 12 500 Kč
- Ostatní výdaje	= 3 000 Kč
<b>Náklady na trenéry:</b>	
- Ubytování 1 trenér x 250 Kč/osoba/noc x 6 nocí	= 1 500 Kč
- Strava 1 trenér x 120 Kč/osoba/den x 7 dní	= 840 Kč
- Mzdy 1 trenér x 80 Kč/hod x 10 hod/den	= 5 600 Kč
- pitný režim 1 trenér (2l denně x 7 dní x 5 trenérů = potřeba je minimálně 70l denně)	= 300 Kč
- aquapark 1 trenér x 60 Kč/hod	= 60 Kč
- wellness 1 trenér x 60 Kč/hod	= 60 Kč
- pojištění 1 trenér x 7 dní x 6 Kč/den	= 42 Kč
<b>Náklady celkem na trenéry</b>	<b>8162 Kč/1 trenér</b>
náklady na trenéry budou rozúčtovány mezi děti	
(40 810 Kč/50 dětí)	= 816,2 Kč

**Tab. č.: 2: Náklady za pronájmy** (Zdroj: vlastní zpracování)

Náklady za pronájmy	Cena za jeden den	Počet dnů	Cena celkem
Pronájem sportovního areálu SK Sigma Olomouc	1500 Kč	7	10 500 Kč

Pronájem sportovního areálu SK Sigma Olomouc znamená pronájem všech fotbalových hřišť, které tento sportovní areál nabízí. Sportovní areál bude k dispozici pro potřeby fotbalového kempu. Nebudou zde probíhat tréninky jiných mužstev ani zde nebudou probíhat fotbalové turnaje.

**Tab. č.: 3: Podíl nákladů na osobu a cena celkem** (Zdroj: vlastní zpracování)

Náklady na ostatní	Podíl nákladů na osobu	Cena celkem
Strava	840 Kč	42 000 Kč
Ubytování	1 500 Kč	75 000 Kč
Pitný režim	66 Kč	3 300 Kč
Trička	50 Kč	2 500 Kč
Diplomy	5 Kč	250 Kč
Webové stránky	100 Kč	5 000 Kč
Propagační letáky	2 Kč/ks (4 Kč/osoba)	200 Kč
Bowlingové centrum	20 Kč	1 000 Kč
Aquapark	60 Kč/hodina	3 000 Kč
Plážové hřiště	150 Kč/kurt x 3 kurty (9 Kč/osoba)	450 Kč
Výuka anglického jazyka	250 Kč/osoba	12 500 Kč
Wellness	60 Kč/hodina	3 000 Kč
Zábavní vodní fotbal	60 Kč/osoba	3 000 Kč
Zapůjčení měřicí techniky	10 Kč/osoba	500 Kč
Pojištění	42 Kč/osoba	2 100 Kč
Administrativa	20 Kč/osoba	1 000 Kč
Ostatní výdaje	60 Kč/osoba	3 000 Kč
Náklady za pronájem	210 Kč/osoba	10 500 Kč
Náklady na 5 trenérů	816,2 Kč/osoba	40 810 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>4 182,2 Kč</b>	<b>209 110 Kč</b>

**Tab. č.: 4: Bod zvratu** (Zdroj: vlastní zpracování)

Počet dětí	10	20	30	40	50	60
Strava	8400 Kč	16800 Kč	25200 Kč	33600 Kč	42000 Kč	50400 Kč
Ubytování	15000 Kč	30000 Kč	45000 Kč	60000 Kč	75000 Kč	90000 Kč
Pitný režim	660 Kč	1320 Kč	1980 Kč	2640 Kč	3300 Kč	3960 Kč
Trička	500 Kč	1000 Kč	1500 Kč	2000 Kč	2500 Kč	3000 Kč
Diplomy	50 Kč	100 Kč	150 Kč	200 Kč	250 Kč	300 Kč
Web. stránky	5000 Kč	5000 Kč	5000 Kč	5000 Kč	5000 Kč	5000 Kč
Propagace	200 Kč	200 Kč	200 Kč	200 Kč	200 Kč	200 Kč
Bowling	300 Kč	600 Kč	900 Kč	1200 Kč	1000 Kč	1000 Kč
Aquapark	600 Kč	1200 Kč	1800 Kč	2400 Kč	3000 Kč	3600 Kč
Plážové hřiště	150 Kč	300 Kč	450 Kč	450 Kč	450 Kč	600 Kč
Výuka angl. jazyka	2500 Kč	5000 Kč	7500 Kč	10000 Kč	12500 Kč	15000 Kč
Wellness	600 Kč	1200 Kč	1800 Kč	2400 Kč	3000 Kč	3600 Kč
Zábavní vodní fotbal	3000 Kč	3000 Kč	3000 Kč	3000 Kč	3000 Kč	3000 Kč
Zapůjčení měřicí techniky	500 Kč	500 Kč	500 Kč	500 Kč	500 Kč	500 Kč
Pojištění	420 Kč	840 Kč	1260 Kč	1680 Kč	2100 Kč	2520 Kč
Administrativa	1000 Kč	1000 Kč	1000 Kč	1000 Kč	1000 Kč	1000 Kč
Ostatní výdaje	3000 Kč	3000 Kč	3000 Kč	3000 Kč	3000 Kč	3000 Kč
Náklady za pronájem	10500 Kč	10500 Kč	10500 Kč	10500 Kč	10500 Kč	10500 Kč
Náklady na trenéry	8162 Kč	16324 Kč	24486 Kč	32648 Kč	40810 Kč	48972 Kč
<b>PŘÍJMY</b>	45000 Kč	90000 Kč	135000 Kč	180000 Kč	225000 Kč	270000 Kč
<b>NÁKLADY CELKEM</b>	60542 Kč	97884 Kč	135226 Kč	172418 Kč	209110 Kč	246152 Kč
<b>NÁKLADY NA OSOBU</b>	6054,2 Kč	4894,2 Kč	4 507,5 Kč	4 310,45	4 182,2 Kč	4 102,5 Kč

Cena fotbalového kempu byla stanovena na 4 500 Kč/osoba. Při plánované účasti 50 dětí na fotbalovém kempu je marže na jednoho účastníka 317,8 Kč.

Při účasti 50 dětí výnosy dosáhnou částky 225 000 Kč. Náklady na osobu při tomto počtu dětí budou 4182,2 Kč/osoba.

**Tab. č.: 5: Ziskovost pořádání fotbalového kempu (Zdroj: vlastní zpracování)**

Počet dětí	10	20	30	40	50	60
PŘÍJMY	45000 Kč	90000 Kč	135000 Kč	180000 Kč	225000 Kč	270000 Kč
NÁKLADY	60542 Kč	97884 Kč	135226 Kč	172418 Kč	209110 Kč	246152 Kč
ZISK	-15542 Kč	-7884 Kč	-226 Kč	7582 Kč	15890 Kč	23848 Kč

Ziskovost pořádání fotbalového kempu se projeví již při počtu 40 dětí, kde dosáhneme zisku 7582 Kč. Ovšem ziskovost při takovém počtu dětí není příliš vysoká, proto je vhodná varianta, která byla stanovena na samém začátku podnikatelského plánu a to účast 50 dětí. Při účasti 50 dětí dosáhneme zisku 15 890 Kč. Samozřejmě při velkém zájmu o fotbalový kemp je možné vyšší účasti dětí.

### 3.8 Slevy a storno poplatky

Jelikož se bude konat první ročník, není možné udělovat slevy za účast na předcházejících ročnících. Cena je tedy stanovena pro všechny stejná ve výši 4 500 Kč. Pro účast na fotbalovém kempu je třeba odevzdat závaznou přihlášku a uhradit příslušnou částku. Při případné neúčasti je nutné se včas písemnou formou s uvedením důvodu omluvit. V případě zrušení pobytu dítěte do 30 dnů před zahájením fotbalového kempu, bude účtován storno poplatek ve výši 1 500 Kč.

### 3.9 Budoucí pořádání kempu

První ročník toho kempu bude tzv. „zkouškový“ a je třeba na dalších ročnících pracovat. Za cíl prvního kempu je zaujmout účastníky kempu natolik, aby se v dalších letech vraceli a doporučovali kemp svým kamarádům a vrstevníkům.

Plánem do budoucna je uspořádat dva turnusy kempů během letních prázdnin. Proto bude největší snahou zaujmout účastníky natolik, aby se podvědomí o kempu rozšířilo pokud možno nejvíce mezi širokou veřejnost. Toto rozšíření pomůže pořádání kempu při hledání sponzorů a finanční pomoci.

## 4 ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu na pořádání fotbalového kempu pro děti ve věku 7 – 12 let. K tomu, abych mohl dosáhnout stanoveného cíle, bylo nejdříve nutné nastudovat teoretické poznatky z oblasti týkající se podnikatelského plánu, rizika podnikatelského plánu pomocí SWOT analýzy a analýzy prostředí, marketingového mixu, kalkulací a rozpočtu.

Pro zjištění příležitostí a hrozeb byla použita SWOT analýza. Na základě současného stavu konkurence jsem zjistil, že fotbalový kemp pro děti lze organizovat za určitých podmínek. Provozovatel musí mít živnost vázanou, vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a studijním oboru zaměřeném na sport, tělovýchovu, tělesnou kulturu nebo mít vyšší odborné vzdělání zaměřené na sport, tělesnou kulturu, tělovýchovu, případně mít osvědčení o rekvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost.

Trenéři musí mít zkušenosti s vedením dětí a trénováním. Fotbalový kemp by měl být široce zaměřen, měl by nabízet rozmanité sportovní aktivity, které nebudou zaměřeny pouze na hlavní činnost fotbalového kempu.

Vzhledem ke všem provedeným analýzám, rozpočtům a kalkulacím jsem dospěl k závěru, že kemp je možné zrealizovat. Na základě dotazníků, které byly rozdány na přelomu roku 2015, jsem zjistil, že o tento fotbalový kemp je velký zájem. Cena kempu je stanovena na 4500 Kč/osoba. Naše služby a zázemí jsou v porovnání s konkurenčním kempem na srovnatelné úrovni. Účast na fotbalovém kempu je pro rodiče dětí finančně méně náročná oproti konkurenci, kde je cena vyšší o 2490 Kč/osobu.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- 1) SYNEK, M., H. SEDLÁČKOVÁ a H. VÁVROVÁ. *Jak psát bakalářské, diplomové, doktorské a jiné písemné práce*. 2. přeprac. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1212-9.
- 2) *Podnikání*. [online]. [cit. 2014-11-13]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/podnikani-obecne/n:16973/Co-znamena-pojem-podnikatel-a-podnik>.
- 3) *Podnikání*. [online]. [cit. 2014-11-13]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/podnikani-obecne/n:16973/Co-znamena-pojem-podnikatel-a-podnik>.
- 4) *Podnikání*. [online]. [cit. 2014-11-13]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/podnikani-obecne/n:16973/Co-znamena-pojem-podnikatel-a-podnik>.
- 5) *Podnikání*. [online]. [cit. 2014-11-13]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/podnikani-obecne/n:16973/Co-znamena-pojem-podnikatel-a-podnik>.
- 6) *Podnikání*. [online]. [cit. 2014-11-13]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/podnikani-obecne/n:16973/Co-znamena-pojem-podnikatel-a-podnik>.
- 7) *Podnikání*. [online]. [cit. 2014-11-13]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/podnikani-obecne/n:16973/Co-znamena-pojem-podnikatel-a-podnik>.
- 8) Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích

- 9) *Kapitálové společnosti*. [online]. [cit. 2014-11-20]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pojmy/p1292-kapitalova-spolecnost.aspx>
- 10) *Společnost s ručením omezeným*. [online]. [cit. 2014-11-20]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spolecnost-s-rucenim-omezenym-od-roku-2014-43857.html>
- 11) *Akciová společnost*. [online]. [cit. 2014-11-20]. Dostupné z: <http://obcanskyzakonik.justice.cz/obchodni-korporace/konkretni-zmeny/akciová-spolecnost/>
- 12) KORÁB, Vojtěch. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- 13) KORÁB, Vojtěch. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- 14) KAŇOVSKÁ, Lucie, 2009. *Základy marketingu: pro střední školy a pro veřejnost*. vyd. 1. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 8 sv. ISBN 978-80-214-3838-5.
- 15) KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing management*. [4. vyd.]. Praha: Grada, 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.
- 16) PAVLEČKA, Václav. [online]. [cit. 2014-11-24]. Dostupné z: [http://www.m-journal.cz/cs/marketing/uvod-do-marketingu/marketingovy-mix\\_\\_s299x383.html](http://www.m-journal.cz/cs/marketing/uvod-do-marketingu/marketingovy-mix__s299x383.html)
- 17) SRPOVÁ, Jitka, Ivana SVOBODOVÁ, Pavel SKOPAL a Tomáš ORLÍK, 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4103-1.
- 18) MARINIČ, Pavel, 2008. *Plánování a tvorba hodnoty firmy*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2432-4.

- 19) ŠTOHL, Pavel, 2008. *Učebnice účetnictví: pro střední školy a pro veřejnost. 9.*, upravené vyd. Podle právního stavu k 1.1.2008. Znojmo: Vzdělávací středisko Ing. Pavel Štohl. ISBN 978-808-7237-007.
- 20) ŠTOHL, Pavel, 2009. *Učebnice účetnictví 2009: pro střední školy a pro veřejnost. 10.*, upravené vyd. Znojmo: Pavel Štohl, 153 s. ISBN 978-80-87237-21-2.
- 21) KONEČNÝ, Miloš. *Finanční analýza a plánování.* vyd. 9. Brno: Zdeněk Novotný, 2004, 102 s. ISBN 80-214-2564-4.
- 22) KOŠŤAN, Pavol a Oldřich ŠULEŘ, 2002. *Firemní strategie: plánování a realizace.* vyd. 1. Praha: Computer Press, xi, 124 s. ISBN 80-722-6657-8.
- 23) KOURDI, Jeremy, 2011. *Podniková strategie: průvodce rozvojem vašeho byznysu.* vyd. 1. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2725-4.
- 24) REŽŇÁKOVÁ, M. *Efektivní financování rozvoje podnikání.* Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-1835-4.
- 25) KORÁB, V. a M. MIHALISKO. *Založení a řízení společnosti.* Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592-x.
- 26) DVOŘÁKOVÁ, Š. *Sportovní marketing.* Brno: Masarykova univerzita, 2005. 75 s. ISBN 80-210-3901-9.
- 27) VEBER, J. *Management: základy, prosperita, globalizace.* Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-726-1029-5.
- 28) HOBZA, Vladimír a Jaroslav REKTOŘÍK. *Základy ekonomie sportu: nejlepší praktiky s ukázkami v Microsoft Office.* vyd. 1. Praha: Ekopress, c2006, 191 s. ISBN 80-869-2904-3.
- 29) BEDŘICH, Ladislav. *Fotbal: rituální hra moderní doby.* 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2006, 195 s. ISBN 80-210-3927-2.
- 30) PERIČ, Tomáš. *Sportovní příprava dětí: zásobník cvičení* [online]. Nové, aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2012, 176 s. [cit. 2015-01-15]. Děti a sport. ISBN 978-80-247-4218-21.

- 31) *Fotbalové kempy* [online]. [cit. 2015-01-15]. Dostupné z:  
<http://www.imgacademy.com/sports/boys-soccer/camps>
- 32) *Analýza prostředí* [online]. [cit. 2015-01-15]. Dostupné z:  
<http://www.podnikator.cz/provoz-firmy/management/rizeni-podniku/n:16818/Analyza-prostredi-prilezitosti-a-hrozby>
- 33) *Anketa* [online]. [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.survio.com/cs/slovník-pojmu>
- 34) BAUER, Gerhard. *Hrajeme fotbal*. Čes. vyd. České Budějovice: Kopp, 1999, 128 s. ISBN 80-7232-066-1

## **SEZNAM TABULEK**

<b>Tab. č.: 1: Konkurenční kemp bratří Hubníků .....</b>	<b>49</b>
<b>Tab. č.: 2: Náklady za pronájem .....</b>	<b>57</b>
<b>Tab. č.: 3: Podíl nákladů na osobu a cena celkem .....</b>	<b>58</b>
<b>Tab. č.: 4: Bod zvratu .....</b>	<b>59</b>
<b>Tab. č.: 5: Ziskovost pořádání fotbalového kempu .....</b>	<b>60</b>

## SEZNAM GRAFŮ

<b>Graf. č.: 1: Pohlaví dětí .....</b>	<b>37</b>
<b>Graf. č.: 2: Věk dětí .....</b>	<b>38</b>
<b>Graf. č.: 3: Bydliště dětí.....</b>	<b>39</b>
<b>Graf. č.: 4: Děti, které jsou členy ČMFS .....</b>	<b>39</b>
<b>Graf. č.: 5: Aktivní fotbalisté .....</b>	<b>40</b>
<b>Graf. č.: 6: Týdenní fotbalová příprava dětí.....</b>	<b>41</b>
<b>Graf. č.: 7: Pozice, na kterých děti hrají.....</b>	<b>42</b>
<b>Graf. č.: 8: Výuka anglického jazyka.....</b>	<b>43</b>
<b>Graf. č.: 9: Denní docházka dětí na kemp .....</b>	<b>44</b>
<b>Graf. č.: 10: Ubytování dětí.....</b>	<b>44</b>
<b>Graf. č.: 11: Finanční varianta kempu .....</b>	<b>45</b>

## **SEZNAM OBRÁZKŮ**

<b>Obr. č.: 1: Právní formy podnikání - právnické osoby .....</b>	<b>16</b>
<b>Obr. č.: 2: Právní formy podnikání.....</b>	<b>18</b>
<b>Obr. č.: 3: Bod zvratu.....</b>	<b>25</b>

## SEZNAM PŘÍLOH

<b>Příloha č. 1: Informační leták</b> .....	I
<b>Příloha č. 2: Informace pro rodiče</b> .....	II
<b>Příloha č. 3: Přihláška na fotbalový kemp</b> .....	III
<b>Příloha č. 4: List účastníka</b> .....	IV
<b>Příloha č. 5: Dotazník</b> .....	V

**Sportovní areál SK Sigma Olomouc**  
**6. -12. července 2015**

**7 denní FOTBALOVÝ**  
**kemp s ubytováním**

pro děti ve věku 7-12 let

*Cena kempu je 4500 Kč / osoba*

*Cena zahrnuje: 6x ubytování, strava, pitný režim, návštěva aquaparku, wellness, bowlingu, nafukovací vodní fotbal, tréninkové trika pro děti, výuka anglického jazyka a samozřejmě doprovodný program...*

Rezervace:  
775 288 144  
fotbalkemp@email.cz

**Příloha č. 2: Informace pro rodiče**

## **Fotbalový kemp v Olomouci pro děti ve věku od 7 let do 12 let**

**6. 7. 2015 – 12. 7. 2015**

Pořadatel:	Tomáš Majda
Místo:	Sportovní areál Sk Sigma Olomouc
Datum:	6. 7. 2015 – 12. 7. 2015
Program kempu:	Týdenní fotbalový kemp pro děti ve věku 7 – 12 let, program zajištěn po celou dobu kempu, doprovodný program zajištěn
Jídlo:	Každý den je připravena zdravá a pestrá strava pro děti, pitný režim zajištěn
S sebou:	Sportovní obuv na venkovní i vnitřní hřiště, sportovní oblečení, fotbalový míč, plavky, ručník, hygiena, průkaz pojištěnce
Sraz:	pondělí 6. 7. 2015 v 8:00 u vrátnice SK Sigma Olomouc
Přihlášky:	na tel.: 775 288 144, e-mail: <a href="mailto:fotbalkemp@email.cz">fotbalkemp@email.cz</a>
Cena:	4500 Kč/osoba
Cena zahrnuje:	6x ubytování, strava, pitný režim, návštěva aquaparku, wellness, bowlingového centra, nafukovací vodní fotbal, tréninkové trika, výuka anglického jazyka a doprovodný program
Více info:	možné po telefonickém kontaktu nebo pomocí emailu

**Příloha č. 3: Přihláška na fotbalový kemp**

<b>Název kempu:</b>	<b>Fotbalový kemp pro děti ve věku 7 – 12let</b>
<b>Pořadatel:</b>	<b>Tomáš Majda</b>
<b>Termín:</b>	<b>6. 7. 2015 – 12. 7. 2015</b>
<b>Místo konání:</b>	<b>Sportovní areál SK Sigma Olomouc</b>
Jméno a příjmení dítěte:	
Zdravotní oslabení, alergie:	
Datum narození:	
Bydliště:	
Kontakt na rodiče:	
e-mail:	

Přihlašuji tímto svého syna na výše uvedený fotbalový kemp.

V Olomouci dne .....

.....

podpis rodičů, zákonného zástupce

**JMÉNO A PŘÍJMENÍ DÍTĚTE:** .....

**Prohlášení rodičů**

Prohlašuji, že okresní hygienik ani ošetřující lékař nenařídil výše uvedenému dítěti, které je v mé péči, karanténní ani zvýšený zdravotnický dozor a že mi též není známo, že by v posledním týdnu přišlo dítě do styku s osobami, které onemocněly přenosnou nemocí.

Dítě se: \*) bojí vody – je neplavec – je plavec – je dobrý plavec

Dítě umí anglicky na úrovni: \*) nikdy se anglický jazyk neučil – začátečník – mírně pokročilý

Dítě je pojištěno u zdravotní pojišťovny:..... (průkaz pojištěnce bude mít s sebou)

U svého dítěte dále upozorňuji na (alergie, užívání léků, komplikace, zdravotní problémy, atd.)

.....  
.....  
.....

V Olomouci dne.....

Podpis rodiče.....

**Zdravotní způsobilost dítěte**

(potvrzení ošetřujícího lékaře)

Výše uvedené dítě je schopno účastnit se letního tábora:

\*) bez dalších omezení – s následujícími omezeními

.....

V Olomouci dne.....

Podpis a razítko lékaře .....

\*) nehodící se škrtněte

**Příloha č. 5: Dotazník**

**Fotbalový kemp pro děti ve věku 7 – 12 let**

Dobrý den, jmenuji se Tomáš Majda a jsem studentem 3. ročníku bakalářského oboru Management v tělesné kultuře. Součástí mé bakalářské práce je praktická část, kterou budu věnovat pořádání týdenního fotbalového kempu pro děti ve věku 7 – 12 let (ročník 2008 – 2012) v Olomouci. Tato anketa mapuje zájem rodičů o tuto sportovní aktivitu.

Anketa je zcela anonymní a poskytnuté informace budou využity pouze pro potřeby mé bakalářské práce. Za vyplnění ankety Vám předem děkuji.

1. Pohlaví dítěte?

- Chlapec
- Dívka

2. Věk dítěte?

- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12

3. Jste z Olomouce?

- Ano (uved'te čtvrť prosím)
- Ne (uved'te město/vesnici)

4. Je dítě členem Českomoravského fotbalového svazu?

- Ano (uved'te fotbalový oddíl)
- Ne

5. Je zájemce o fotbalový kemp aktivním hráčem?
- Ano
  - Ne (začátečník)
6. Kolikrát týdně má dítě fotbalovou přípravu?
- Ani jednou
  - 1x
  - 2x
  - 3x
  - 4x
  - 5x
  - 6x
  - 7x
7. Na jaké pozici dítě hraje (případně oblíbená pozice) ?
- Gólman
  - Obránce
  - Záložník
  - Útočník
  - Na pozici dítěti nezáleží
  - Zatím ještě neví
8. Máte zájem o zařazení do programu kempu výuku anglického jazyka? (výuka by probíhala v rozsahu jedné hodiny denně na úrovni začátečník)
- Ano
  - Ne (uved'te důvod)
9. Preferujete pořádní kempu formou denní docházky dítěte?
- Ano
  - Ne

10. Využili byste možnost ubytování dítěte v hotelu pod vedením pedagoga?

- Ano
- Ne (uved'te důvod prosím)

11. Jakou variantu byste zvolili?

- Cena kempu včetně ubytování, stravy + výuka anglického jazyka  
4000 Kč – 4500 Kč
- Cena kempu včetně ubytování a stravy (bez výuky anglického jazyka)  
3500 Kč – 4000 Kč
- Cena kempu, stravy + výuka anglického jazyka (bez ubytování)  
3000 Kč – 3500 Kč
- Cena pouze kempu, stravy (bez ubytování a výuky anglického jazyka)  
2700 Kč – 3000 Kč