



**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**

**BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY**



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV FINANCÍ**

**FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT INSTITUTE OF  
FINANCES**

**NÁVRH PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU**

**BUSINESS PLAN PROPOSAL**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**BACHELOR'S THESIS**

**AUTOR PRÁCE**

**AUTHOR**

**JIŘÍ PEŠTUKA**

**VEDOUcí PRÁCE**

**SUPERVISOR**

**ING. JANA VAŠKOVIČOVÁ**

**BRNO 2012**

---

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

## Peštuka Jiří

---

### Daňové poradenství (6202R006)

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

#### Návrh podnikatelského záměru

v anglickém jazyce:

#### **Business Plan Proposal**

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

---

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně.

Seznam odborné literatury:

- BLACKWELL, E. Podnikatelský plán. Přeložil: Jiří Tolman. 1. vyd. Praha: Readers International Prague, 1993. 134 s. ISBN 80-901454-1-8.
- KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. Podnikatelský plán. 2007. 216 s. ISBN 80-2511-60-5-0.
- KŘENOVSKÝ, M., Drdla, M. Strategické řízení firemních informací. Teorie pro praxi. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2003. 189 s. ISBN 80-7179-730-8.
- LANG, H. Manažerské účetnictví: Teorie a praxe. Praha: C. H. Beck, 2005. 216 s. ISBN 80-7179-419-8
- SYNEK, M. a kol. Podniková ekonomika. 4. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 502 s. ISBN 80-7179-892-4.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jana Vaškovičová

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2011/2012.

L.S.

---

Ing. Pavel Svirák, Dr.  
Ředitel ústavu

---

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

V Brně, dne 22.05.2012

## **Abstrakt**

Bakalářská práce se zabývá vypracováním podnikatelského záměru na založení fitness centra v Hulíně včetně jeho finanční stránky. Při zpracování vycházím z osobních zkušeností a analýzy současného stavu oboru. Práce je rozdělena do dvou částí. První část je zaměřena na pojem **podnikatelský záměr** a popisuje jeho jednotlivé náležitosti. Druhá část pojednává o aplikaci podnikatelského záměru na konkrétní podnik, tedy fitness centrum.

## **Abstract**

This bachelor thesis is concerned with a business plan of a fitness centre in the city of Hulín, including financial matters. The analysis of the present situation in the field and my personal experience are taken into consideration. The thesis consists of two parts. In the theoretical part, I describe a **business plan** and its structure in general and the legal conditions and specifics of business enterprise in Czech Republic. I also deal with several analyses employed at the company. In the practical part, the theoretical business plan is applied to the concrete company, the fitness centre.

## **Klíčová slova**

Podnikatelský záměr, doba návratnosti, finanční plán, marketing, úvěr.

## **Key words**

Business plan, payback period, financial plan, marketing, loan.

**Bibliografická citace bakalářské práce:**

PEŠTUKA, J. *Návrh podnikatelského záměru*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2012. 73 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Jana Vaškovičová.

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci zpracoval samostatně na základě uvedené literatury a pod vedením svého vedoucího bakalářské práce.

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

V Brně 22. května 2012

.....  
podpis

## **Poděkování**

Tímto bych chtěl poděkovat paní Ing. Janě Vaškovičové za její odbornou pomoc při zpracování bakalářské práce.

## Obsah

1	ÚVOD.....	- 10 -
2	CÍLE PRÁCE A VYMEZENÍ PROBLÉMU .....	- 11 -
2.1	CÍLE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE .....	- 11 -
2.2	VYMEZENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....	- 12 -
2.3	PŘÍNOSY BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....	- 12 -
3	TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE.....	- 13 -
3.1	PODNIKATELSKÝ PLÁN.....	- 13 -
3.1.1	<i>Pojem „podnikatelský plán“, jeho obsah a důvod zpracování.....</i>	- 13 -
3.1.2	<i>Základní předpoklady úspěšného podnikatelského plánu.....</i>	- 14 -
3.1.3	<i>Účel podnikatelského plánu.....</i>	- 15 -
3.1.4	<i>Struktura podnikatelského plánu.....</i>	- 16 -
3.2	PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ.....	- 19 -
3.2.1	<i>Živnost.....</i>	- 19 -
3.2.2	<i>Obchodní společnosti .....</i>	- 21 -
3.3	ANALÝZA OBECNÉHO PROSTŘEDÍ .....	- 26 -
3.3.1	<i>Analýza SLEPT.....</i>	- 26 -
3.3.2	<i>Analýza SWOT.....</i>	- 28 -
3.3.3	<i>Segmentace trhu .....</i>	- 29 -
3.3.5	<i>Porterova analýza .....</i>	- 29 -
3.4	MARKETINGOVÁ STRATEGIE .....	- 30 -
3.4.1	<i>Marketingový mix.....</i>	- 30 -
3.5	FINANČNÍ ANALÝZA.....	- 32 -
4	ANALÝZA TRŽNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ.....	- 34 -
4.1	Analýza obecného prostředí.....	- 34 -
4.1.1	<i>Analýza SLEPT.....</i>	- 34 -
4.1.2	<i>Analýza SWOT .....</i>	- 38 -
4.1.3	<i>Segmentace trhu - Situace města Hulín .....</i>	- 39 -
5	PRAKTICKÁ ČÁST.....	- 42 -
5.1	POPIS FIRMY FITNESS CENTRUM PARÁDA, S.R.O.....	- 42 -
5.2	VÝHLED FIRMY DO BUDOUCNA .....	- 42 -
5.2.1	<i>Sektor zákazníků .....</i>	- 42 -
5.2.2	<i>Porterova analýza .....</i>	- 43 -
5.3	ANALÝZA KONKURENCE .....	- 44 -
5.5	OBCHODNÍ A MARKETINGOVÝ PLÁN.....	- 47 -
5.5.1	<i>Marketingový mix.....</i>	- 47 -

5.6 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA .....	- 49 -
5.7 FINANČNÍ PLÁN .....	- 50 -
5.7.1 Výnosy .....	- 51 -
5.7.2 Náklady.....	- 56 -
5.7.3 Tvorba zisku .....	- 60 -
5.7.4 Finanční analýza .....	- 62 -
6 VYHODNOCENÍ PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU .....	- 63 -
7 ČASOVÝ PLÁN JEDNOTLIVÝCH KROKŮ PŘI ZALOŽENÍ FIRMY .....	- 64 -
ZÁVĚR.....	- 65 -
<b>SEZNAM</b>	
<b>GRAFŮ</b> .....	- 66 -
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ</b> .....	- 66 -
<b>SEZNAM TABULEK</b> .....	- 66 -
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	- 66 -

# 1 Úvod

Moje bakalářská práce je zaměřena na **zpracování podnikatelského záměru na založení fitness centra** v Hulíně. Budu posuzovat, zda je tento podnikatelský záměr rentabilní, tj. zda generuje dostatečné finanční prostředky k zajištění prosperity firmy a bezproblémovému splácení úvěrů. Cílem tohoto vyhodnocení je rovněž zjištění, zda se bude společnost schopna etablovat na trhu a konkurovat ostatním firmám v regionu, které se zabývají stejnou nebo podobnou činností.

Město Hulín jsem zvolil z toho důvodu, protože bydlím nedaleko a mám přehled o faktorech souvisejících s realizací mého podnikatelského záměru. Znalost místních podmínek mi umožní dobře se zorientovat ve zvolené problematice. Jedná se především o konkurenci. Rozhodl jsem se vstoupit na trh sportovních služeb jako společnost s ručením omezeným.

Počátkem 90. let minulého století došlo v naší zemi k rozsáhlým společenským a hospodářským změnám. S novým ekonomickým klimatem a postupně se měnícím životním stylem většiny obyvatelstva vyvstala mimo jiné potřeba aktivního odpočinku, relaxování po práci a pěstování kultury těla. Tak jako v jiných sférách i v oblasti fitness a zdravého životního stylu se naši obyvatelé mohli stále více seznamovat se zahraničními poznatky a novinkami. Nemalou úlohu zde sehrála i móda a všeobecně se rozšiřující snaha dobře vypadat a tím pádem být zdravý a úspěšný.

Nových ekonomických podmínek v naší zemi využily některé zahraniční firmy. Ty k nám jednak dovážely nové a zde neznámé tělocvičné nářadí a stroje, ale také se pustily do budování sítí posiloven a fitness center. K nim se přidalo i mnoho začínajících regionálních podnikatelů.

Velká část jich ale zkrachovala. Uspěť v podnikání není rozhodně jednoduché. Zahraničním firmám především chyběla znalost místních podmínek, domácím začínajícím podnikatelům zase potřebné zkušenosti a především finanční prostředky. Ze statistik vyplývá skutečnost, že je mnohem větší pravděpodobnost krachu společnosti,

než jejího úspěchu. Během prvních let existence firmy je jejich šance na „přežití“ mizivá. Jako příklad uvádím údaje z amerických statistik, které nejsou sice plně srovnatelné s našimi podmínkami, ale pro ilustraci postačí. V USA založí každý rok novou firmu 1 000 000 lidí. Z těchto nových firem do roka zkrachuje 40 %. Do pěti let zkrachuje neuvěřitelných 80 % nově založených firem. Z těch, co přežijí, zkrachuje 80 % v průběhu dalších pěti let. Dá se říci, že devět z deseti nově založených podniků zkrachuje do deseti let od svého založení. (28)

Situace v Evropě není o nic optimističtější. Podle evropských statistik má šanci přežít první dva roky jen jedna ze čtyř nově založených firem. Úspěchu dosáhne pouze 10 % začínajících podnikatelů. V pátém roce svého života zkrachuje v Evropské unii až 95 % malých a středních firem. (28)

Z výše uvedeného vyplývá, že je důležité zpracovat podnikatelský plán velmi důkladně a sofistikovaně. Každý podnikatel by měl dobře zvážit všechny aspekty, protože nekvalitní a nekonkrétně zpracovaný podnikatelský záměr může vést k mnoha firemním obtížím, v nejhorším případě i k bankrotu celé firmy.

Předmětem mé bakalářské práce je zhotovení ambiciózního podnikatelského plánu na založení fitness centra v Hulíně. Při realizaci svého podnikatelského záměru použiji zejména finanční prostředky rodiny a také úvěr sjednaný u některé z českých bank. Provedu marketingový průzkum, zhotovím BEP analýzu a propočítám dobu návratnosti investovaného kapitálu.

## **2 Cíle práce a vymezení problému**

### **2.1 Cíle bakalářské práce**

**Cílem mé bakalářské práce je:**

- Zpracování kvalitního podnikatelského záměru na vybudování nového fitness centra v Hulíně. Pokud má toto zařízení uspět v konkurenci ostatních fitness

center, musí nabízet všechny dostupné služby v oblasti posilování těla na co možná nejvyšší úrovni a v cenově optimálních relacích.

- Vyhodnocení reálnosti podnikatelského záměru, které povede ke zjištění, zda nově založená společnost bude:
  - schopna se etablovat na trhu
  - konkurovat ostatním firmám v regionu, které se zabývají stejnou nebo podobnou činností.
  - generovat dostatečné finanční prostředky k zabezpečení bezproblémového fungování firmy, řádného splácení úvěru a v neposlední řadě uspokojení vlastních potřeb realizátora projektu.

## 2.2 Vymezení bakalářské práce

Můj podnikatelský záměr, který je předmětem této bakalářské práce, se zaměřuje na oblast sportovních služeb. Zde již působí mnoho zavedených společností, které vytváří ostrou konkurenci. Podnikatelský záměr proto musí obsahovat realizovatelné kroky, které povedou k úspěšnému fungování nového podnikatelského subjektu ve zvoleném regionu. Oproti konkurenci je nezbytné nabídnout lepší, dostupnější a ekonomicky výhodnější služby. Uskutečnění podnikatelského záměru si vyžádá vynaložení finančních prostředků. Kromě vlastních finančních prostředků využiji i cizí zdroje ve formě podnikatelského úvěru od Komerční banky, a.s. Nejdůležitější částí podnikatelského plánu je **finanční plán**, který zpracuji za využití vhodných ekonomických metod a prověřím ho odpovídajícími analýzami.

## 2.3 Přínosy bakalářské práce

- **Teoretické přínosy**

Zpracovaná bakalářská práce poskytne představu o podnikatelském prostředí ve zvoleném regionu v oblasti sportovních služeb. Bakalářská práce představuje zdroj pro

zpracování dalších analýz s podobným zaměřením. Tato bakalářská práce může posloužit jako inspirace pro začínající podnikatele v oblasti sportovních služeb.

- **Praktické přínosy**

Má bakalářská práce nabízí možnost uskutečnění podnikatelského záměru ve zvoleném konkurenčním prostředí. V případě realizace podnikatelského projektu přispěje ke zlepšení sportovních služeb v daném regionu.

### **3 Teoretická část práce**

Teoretická část bakalářské práce představuje východiska pro zpracování kvalitního a konkurenceschopného podnikatelského záměru v oblasti fitness center. Přitom bere v potaz získané poznatky a zkušenosti.

#### **3.1 Podnikatelský plán**

##### **3.1.1 Pojem „podnikatelský plán“, jeho obsah a důvod zpracování**

Myslím, že následující definice podnikatelského plánu od autorů Hisriche a Petherse je výstižná: *„Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením i chodem podniku.“* (4)

Zpracování podnikatelského plánu je prvním krokem při zahájení podnikatelské činnosti. Je důležité si uvědomit, že založení podniku je velice riskantní záležitost a ne každý podnikatel se může dočkat optimistické budoucnosti. Jedním z nejdůležitějších kroků je správné sestavení podnikatelského plánu. **Podnikatelský plán** nepotřebuje pouze podnikatel, ale pomůže také externím subjektům, aby mohly zhodnotit reálnost předkládaného plánu. Pokud se firma rozhodne požádat o podnikatelský **úvěr**, musí oslovené bance předložit rovněž podnikatelský záměr. Proto se také podnikatelský plán

zpracovává. Bez vypracování podnikatelského plánu nelze získat úvěr od žádné z bank, ani u jiných peněžních ústavů. Podnikatelský plán se vytváří za účelem „...přesvědčit potenciální investory či věřitele o výhodnosti a návratnosti daného podnikání, na jehož financování by se podíleli.“ (20)

Podnikatel by měl mít především odhodlání, a to zejména v počátcích podnikání. Na začátku každého podnikání člověk narazí na mnoho problémů. Bez pořádného odhodlání nemá smysl v podnikání pokračovat. (38)

Podnikatelský plán by měl být zásadním a prvním dokumentem při založení podniku. Pro každé dlouhodobé podnikání je nezbytný kvalitní podnikatelský plán, který podstatně snižuje rizika podnikání. Úspěšný podnikatel z tohoto důvodu zahajuje činnost postupným zlepšováním svého prvotního dobrého nápadu. (39)

### **3.1.2 Základní předpoklady úspěšného podnikatelského plánu**

Podle prostudované literatury jsem zjistil, že autoři uvádí velmi podobné požadavky na podnikatelský plán. Vybral jsem si tyto následující příklady od autora E. Blackwella. Podnikatelský plán by měl být **srozumitelný, stručný, logický pravdivý**. Všechna tvrzení by měla být doplněna o číselné údaje. (1)

#### **Srozumitelnost**

Osoba, která zpracovává podnikatelský záměr, by se měla držet těchto zásad:

- Vyjadřování by mělo být jednoduché a jasné,
- Údaje uspořádat přehledně do tabulek,
- Používat věty, které neobsahují více myšlenek.

#### **Stručnost**

E. Blackwell doporučuje co nejvíce zestručnit svůj podnikatelský plán a ponechat jen nejdůležitější údaje, které by se měl čtenář dozvědět. (1)

**Logičnost:**

Všechny skutečnosti by měly být uspořádány tak, aby byly pro čtenáře snadno pochopitelné.

**Pravdivost**

Měly by být uvedeny pouze pravdivé údaje. V žádném případě nic nezveličovat, nedomýšlet si.

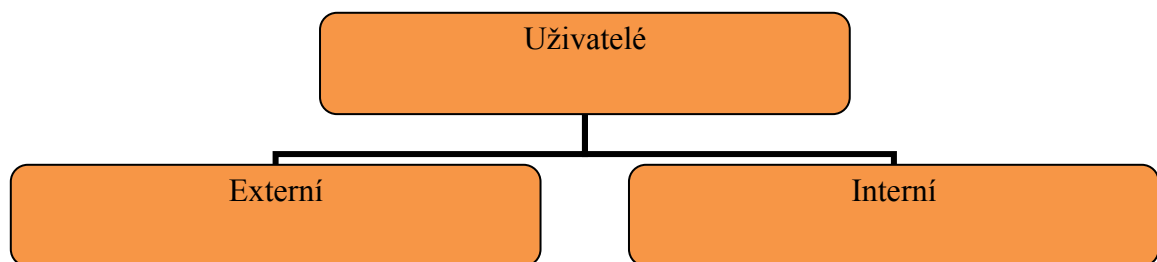
**Čísla**

Osobu, která bude podnikatelský plán posuzovat, budou zajímat především číselné údaje. Proto by měly být všechny skutečnosti podloženy čísly.

**3.1.3 Účel podnikatelského plánu**

Skupiny uživatelů, pro které je podnikatelský plán určen, zobrazuje níže uvedený obrázek.

**Obrázek 1 - Uživatelé podnikatelského plánu**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

- **Externí uživatelé**

Externími uživateli se myslí například banky nebo potenciální investoři. Při žádosti o financování nového projektu (např. založení nového podniku, rozšíření již existujícího podniku a podobně) je podnikatelský plán posuzován potenciálními investory. (27)

- **Interní uživatelé**

Interní uživatelé podnikatelského plánu jsou jeho zaměstnanci či vlastníci. Tento vnitřní dokument podniku může sloužit jako nástroj plánování a rozhodování. Díky tomuto dokumentu si vedení firmy může lépe utřídit myšlenky a zvolit cíle, kterých by mělo být dosaženo. (27)

### **3.1.4 Struktura podnikatelského plánu**

Neexistuje žádný obecně platný předpis, který by podrobně určoval, jak by měl podnikatelský záměr vypadat. Jeho struktura je v režii každého podnikatele. Ti se nemusí řídit žádnými předpisy a vypracují jej na základě svých představ. Pokud podnikatel nebo firma žádají u místní banky o úvěr, ta ve většině případů podnikatelský záměr požaduje. Při jednání s podnikatelem banka sdělí své požadavky na zpracování podnikatelského záměru. Po prostudování odborné literatury jsem usoudil, že autoři nejvíce uvádějí následující **položky podnikatelského záměru**:

- **Titulní strana**

Na titulní straně podnikatelského záměru by neměly chybět tyto údaje:

- Název podnikatelského záměru,
- Vlastnická struktura společnosti (jména podnikatelů),
- Kontakty podnikatelů (telefon, email)
- Sídlo firmy,
- Financování podniku,
- Obchodní název firmy (buď navrhovaný, nebo už existující),

- Popis podnikatelské činnosti. (7)

- **Klíčové osobnosti**

Na charakteristiku hlavních (vedoucích - manažerských) osobností firmy je při posuzování podnikatelského záměru kladen velký důraz. Ve většině případů se uvádí dosažené vzdělání a praktické zkušenosti těchto osob. Je vhodné sem uvést veškeré karierní úspěchy manažerů. (22)

- **Marketing**

Patří sem:

- **Průzkum trhu**

Pro každého prosperujícího podnikatele je velice důležitá znalost zákazníka. Po řádném průzkumu trhu by měl být podnikatel schopen vybrat si svého cílového zákazníka, jak velký má být tržní podíl, nákupní cyklus, jak velkou roli hraje sezónnost.

- **Analyzování konkurence**

Identifikace konkurentů, vyhodnocení jejich silných a slabých stránek, predikce reakce konkurentů na nového „hráče“ na trhu.

- **Marketingový plán**

Analýza SWOT (viz. v další kapitole), formulace výchozí strategie.

- **Popis výrobků, či služeb**

Základní vlastnosti výrobku, které bude podnik vyrábět, služeb, které budou poskytovány, životní cyklus výrobků, vývoj nových výrobků, atd. (16), (18)

- **Finanční plán**

Velice důležitá část podnikatelského záměru je finanční plán, který já základem pro hodnocení podnikatelských příležitostí. Finanční plán obsahuje plánování potřebné výše kapitálu, plánování struktury podnikového majetku, podíl stálého a oběžného majetku, rozhodování o investicích. Finanční plán by měl ukázat, vývoj finanční situace podniku.

(18) „*Finanční plán podniku je specifickou formou podnikatelského záměru, který formulujeme zpravidla na běžný obchodní rok s výhledem na další jeden až tři roky.*“ (6)

- **Ekonomický výhled**

Ekonomickým výhledem je myšlen přehled nákladů souvisejících se zahájením podnikatelské činnosti a struktura zdrojů, ze kterých bude podnikatel čerpat peněžní prostředky. (31)

- **Shrnutí**

Nejdůležitější informace podnikatelského plánu se shrnou do dvou až sedmi stran. Shrnutí by mělo osobu, která podnikatelský záměr posuzuje, zaujmout a vzbudit u něj zvědavost přečíst si celý dokument a zabývat se podrobnostmi. Měly by zde být také uvedeny cíle a způsoby jejich dosažení.

V případě, že se jedná o nově založený podnik, uvádějí se zde informace, které potenciálnímu investorovi pomohou udělat si obrázek o firmě. Nejedná-li se o nově založený podnik, ale podnik již fungující, měl by být v této části obsažen vývoj a současná situace podniku. Mohou se přiložit finanční analýzy, účetní výkazy jako doklady o pravdivosti uváděných informací. (22)

- **Přílohy**

Může se jednat o tyto dokumenty:

- Rozvaha,
- Výkaz zisků a ztrát,
- Cash-flow,
- Životopisy,
- Fotografie,
- Výsledky průzkumu trhu,
- Výsledky propagačních akcí,
- Technologická schémata (31)

## **3.2 Právní formy podnikání**

### **3.2.1 Živnost**

Podnikání jednotlivců má většinou formu živností, které jsou upraveny živnostenským zákonem (zákon o živnostenském podnikání 445/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů). Takové podniky vlastní pouze jedna osoba. (19)

**Živnostenský zákon v § 2 definuje živnost takto:**

*„Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“ (45)*

### **Výhody podnikání**

- Podnikatel má volnost při rozhodování,
- Jeho rozhodování je pružné,
- Je umožněno zahájit podnikání okamžitě po ohlášení živnosti,

- Nevyžaduje se kapitál, minimální zřizovací náklady - jde o náklady nutné k vyhotovení právních dokumentů (společenské smlouvy, notářské potvrzení),
- Založení, přerušeni i ukončení činnosti je jednoduché
- Lze uplatňovat výdajové paušály,
- Zisk po zdanění získává podnikatel,
- Zásahy státu formou regulace podnikání nejsou významné.

### **Nevýhody podnikání:**

- Podnikatel ručí za své závazky neomezeně celým svým majetkem,
- Podnikatel musí disponovat dostatečnými odbornými znalostmi,
- Omezený přístup k bankovním úvěrům spojený s vysokou úrokovou mírou,
- Fyzická osoba budí pochybnosti o zastupitelnosti a schopnosti plnění závazků v případě problémů,
- OSVČ musí odvádět daň z příjmů a rovněž sociální a zdravotní pojištění.

### **Registrace u správce daně**

*Zákon č. 337/1992 Sb., o správě daní a poplatků v § 33, odst. 1 říká: „Poplatník, který obdrží povolení nebo získá oprávnění k podnikatelské činnosti nebo začne provozovat jinou samostatnou výdělečnou činnost je povinen do třiceti dnů podat přihlášku k registraci u místně příslušného správce daně. Tato lhůta začne běžet následující den po dni právní účinnosti povolení nebo oprávnění nebo po dni, kdy začne provozovat jinou samostatnou výdělečnou činnost. Pro účely tohoto zákona se rozumí dnem právní účinnosti den, kdy je poplatník podle příslušných předpisů oprávněn začít vykonávat podnikatelskou činnost.“ (44)*

Poplatníkovi bude správcem daně vydáno osvědčení o registraci a přiděleno daňové identifikační číslo (DIČ), které musí poplatník uvádět při komunikaci se správcem daně a dalších případech, stanovených tímto zákonem.

### 3.2.2 Obchodní společnosti

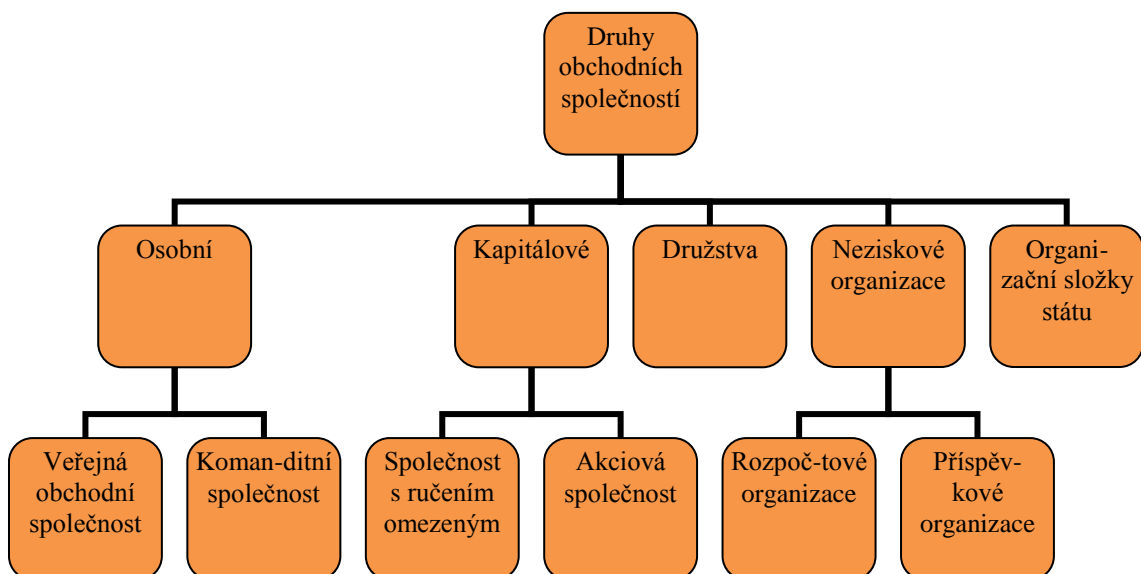
„Základním, popř. hlavním, primárním pramenem našeho práva obchodních společností je obchodní zákoník, tj. zákon č. 513/1991 Sb. z 5. 11. 1991, vyhlášený ve Sbírce zákonů publikací v její části č. 98 dne 18. 12. 1991, jenž vstoupil v účinnost dnem 1. lednem 1992.“ (3)

Podle § 57 odst. 1 Obchodního zákoníku se obchodní společnosti zakládají uzavřením společenské smlouvy, nebo zakladatelské listiny. Jakmile ji podepíší všichni zakladatelé, je společnost založena. Společnost vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku a zaniká dnem výmazu z tohoto rejstříku.

Definici obchodní společnosti uvádí § 56 odst. 1 obchodního zákoníku: „Obchodní společnost je právnickou osobou založenou za účelem podnikání, nestanoví-li právo Evropských společenství či zákon jinak.“ (41)

Tento obrázek ukazuje přehled druhů obchodních společností v České republice.

Obrázek 2 - Obchodní společnosti



**Zdroj:** Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník v platném znění.

## **Osobní společnosti**

Osobní společnosti se od podniků jednotlivců liší hlavně tím, že jsou vytvořeny a vlastněny dvěma nebo více osobami, které se dělí o zisky a společně jsou odpovědné za všechny ztráty. Společníci se osobně zúčastňují podnikání. (41)

### **➤ Veřejná obchodní společnost**

Jedná se o sdružení minimálně dvou osob (podnikatelů), kteří podnikají pod společným jménem. Součástí obchodního jména společnosti musí být označení „veřejná obchodní společnost“ (zkratka „veř. obch. spol.“ nebo „v.o.s.“). Společnost se zapisuje do obchodního rejstříku. Společníci vkládají do společnosti vklady peněžité i nepeněžité. Vklady se pak stanou obchodním majetkem společnosti. Společnost ručí celým svým majetkem. Statutárním orgánem společnosti jsou všichni společníci, pokud se ve smlouvě nestanoví jinak.

### **Výhody veřejné obchodní společnosti:**

- Jednoduché založení,
- Lze lépe získat kapitál, protože každý účastník má své finanční prostředky a dohromady mohou ručit za větší půjčku,
- Společenská smlouva nemusí být sepsána notářským zápisem,
- Není požadován základní kapitál,
- Společník může snadno vystoupit ze společnosti.

### **Nevýhody veřejné obchodní společnosti:**

- Neomezené plné ručení všech společníků,
- V. o. s. automaticky zanikne, když počet jejích společníků klesne na méně než jednoho,
- Zákaz konkurence.

## ➤ **Komanditní společnost**

Společnost mohou založit dva nebo více společníků. Alespoň jeden ze společníků ručí za závazky společníků do výše svého vkladu (komanditisté) a minimálně jeden ze společníků ručí celým svým majetkem (komplementáři). Společnost řídí pouze komplementáři. Komanditisté jen kontrolují. Zisk je rozdělován podle společenské smlouvy.

### **Výhody komanditní společnosti:**

- Počáteční kapitál není velký,
- Zisk se rozděluje podle ustanovení ve společenské smlouvě,
- Vklad komanditisty činí Kč 5 000,-
- Komplementáři platí ze zisku sociální pojištění,
- Zisk komplementářů je zdaněn daní z příjmů fyzických osob.

### **Nevýhody komanditní společnosti:**

- Vedení účetnictví,
- Podíl u komanditistů je zdaněn srážkovou daní,
- Komplementáři ručí neomezeně.

## **Kapitálové společnosti**

Pro kapitálovou společnost je specifickým znakem kapitálová účast společníků, ne však jejich přímá účast na podnikání nebo řízení společnosti. Rozsah ručení společníků za závazky je pouze do výše svého vkladu. (41)

## ➤ **Společnost s ručením omezeným**

Tato společnost může být založena jednou fyzickou i právnickou osobou. Společnost ručí za své závazky celým svým majetkem, společník jen do výše svého vkladu zapsaného v obchodním rejstříku. Obchodní jméno musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, „spol s r.o.“ nebo „s.r.o.“. Nejvyšším orgánem je valná hromada. Statutárním orgánem je jednatel nebo jednatelé. Na základě ustanovení společenské smlouvy může být na valné hromadě volena i dozorčí rada. Založení společnosti je jednodušší než u akciové společnosti, proto je společnost s ručením omezeným v ČR velice oblíbená a často používaná právní forma společnosti.

### **Výhody společnosti s ručením omezeným**

- Společníci ručí do výše nesplaceného základního kapitálu,
- K založení firmy stačí jedna osoba,
- Může se zřídit dozorčí rada jako kontrolní orgán společnosti,
- Možnost vložení i nepeněžitého vkladu,
- Obchodní podíl lze za podmínek stanovených zákonem a podle společenské smlouvy převádět na jiné osoby,
- Vyplácené podíly na zisku společníkům nepodléhají sociálnímu pojištění.

### **Nevýhody společnosti s ručením omezeným**

- U společnosti s ručením omezeným je nutný minimální základní kapitál Kč 200 000,-, minimální vklad jednoho společníka Kč 20 000,-
- Povinnost vést účetnictví,
- Zápis do obchodního rejstříku,
- Společenská smlouva musí být sepsána notářským zápisem, což představuje zvýšené náklady,
- Vyplácené podíly na zisku se musí danit srážkovou daní,
- Zisk společnosti je zdaněn sazbou pro právnické osoby,

- Založení a řízení společnosti obnáší určitou administrativní zátěž.

### ➤ **Akciová společnost**

Jedná se o kapitálovou společnost, kde je základní jmění rozloženo na stanovený počet akcií v dané nominální hodnotě. Společnost může založit jedna právnická osoba nebo více zakladatelů. Společnost ručí za své závazky celým svým majetkem, akcionáři za závazky společnosti neručí žádným způsobem. Nejvyšším kontrolním orgánem společnosti je dozorčí rada. Statutární orgán je představenstvo.

### **Výhody akciové společnosti**

- Akcionáři neručí za závazky společnosti,
- Velká společnost působí věrohodněji,
- Snadná dostupnost kapitálu,
- Možnost velkého zisku (z důvodu vysokého kapitálu společnosti),
- Polovinu sražené daně z vyplacených dividend lze uplatnit jako slevu na dani.

### **Nevýhody akciové společnosti**

- Náročná administrativa,
- Je třeba vést účetnictví,
- Velmi pomalé jednání společnosti, není operativní,
- Vysoký základní kapitál činí min. Kč 2 000 000,-
- Poměrně složité zakládání i působení společnosti,
- Dvojitý zdanění (zisk akciové společnosti se daní z příjmu právnických osob a při vyplacení dividend se uplatňuje srážková daň).

### 3.3 Analýza obecného prostředí

#### 3.3.1 Analýza SLEPT

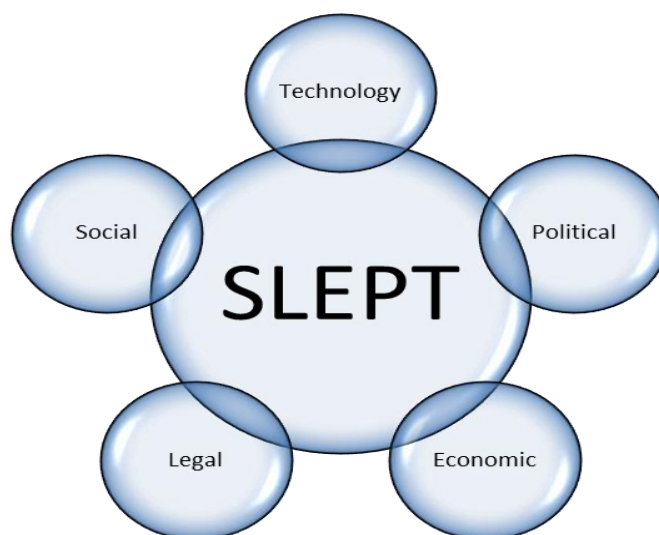
Všechny podniky jsou obklopeny vnějším okolím. Aby podnik uspěl na trhu v konkurenčním boji, musí se zabývat průzkumem tohoto okolí. Nutnou podmínkou k úspěchu je sofistikovaná strategie podniku. Na trhu dochází k řadě změn, kterým musí podnik rozumět a reagovat na ně. Ke zkoumání těchto změn, slouží analýza **SLEPT**. Výstupem této analýzy jsou potenciální hrozby a příležitosti. Analýza musí odhalit ty oblasti, které mají na podnik největší vliv. (10)

Jedná se o tyto oblasti:

- Social (sociální)
- Legal (právní)
- Economical (ekonomickou)
- Political (politickou)
- Technological (technologickou)

Počáteční písmena těchto oblastí dávají dohromady slovo **SLEPT**.

**Obrázek 3 - Analýza SLEPT**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Nyní si rozebereme jednotlivé části SLEPT analýzy.

➤ **Sociální prostředí**

Do této skupiny řadíme především životní úroveň, životní styl, kvalifikační strukturu, náboženství, cílové skupiny. Také sem můžeme řadit míru nezaměstnanosti a demografické faktory.

➤ **Právní a politické prostředí**

Toto prostředí vytváří a ovlivňuje zejména vláda, která stanovuje pravidla podnikání, spolupráce se zahraničím, ochrany trhu a spotřebitelů. Navrhuje také zákony. Manažeři musí mít proto velkou znalost zákonů, vyhlášek, směrnic apod.

➤ **Ekonomické prostředí**

Mezi důležité ekonomické faktory patří hlavně: hrubý domácí produkt, bilance zahraničního obchodu, zapojení do ekonomických struktur EU, orientace na vývoz, současná a očekávaná ekonomická situace státu a nejdůležitějších světových ekonomik, aktuální kurz koruny vůči světovým měnám, kupní síla koruny, platební devizová bilance, inflace, státní rozpočet, mzdy z hlediska regionálního a odvětvového, nezaměstnanost, koupěschopnost obyvatelstva, finanční zdraví firem, rentabilita odvětví a podobně.

➤ **Technologické prostředí**

Poněvadž technologický vývoj postupuje vysokým tempem dopředu, musí manažeři tento vývoj sledovat a také vytvářet předpoklady pro dlouhodobou prosperitu firmy. Kdyby tento faktor firma nesledovala, mohlo by to mít za následek pokles prodeje. Zákazníci by dávali přednost konkurenci s technologicky vyspělými výrobky.

### 3.3.2 Analýza SWOT

Analýza SWOT se při tvorbě podnikatelského záměru používá velmi často. Při této analýze se vyhodnocuje prostředí, ve kterém se podnik nachází. Při studiu odborné literatury jsem narazil na výstižnou definici této analýzy: „*SWOT analýzu lze chápat jako identifikaci interních **silných a slabých stránek** zkoumané jednotky ve vztahu k **příležitostem a hrozbám**, jejichž nositelem je vnější prostředí.*“ (37)

Nyní si rozeberme význam jednotlivých písmen ve zkratce SWOT:

S – STRENGTHS - přednosti, tedy silné stránky

W – WEAKNESSES - nedostatky, tedy slabé stránky

O – OPORTUNITIES - příležitosti

T – THREATS - hrozby

**Tabulka 1 - Analýza SWOT**

	S - silné stránky	W - slabé stránky
O – příležitosti	Strategie <b>SO</b>	Strategie <b>WO</b>
T – hrozby	Strategie <b>ST</b>	Strategie <b>WT</b>

*Zdroj: MILÁČEK, M: SWOT analýza. 2002*

Legenda:

**SO** – využít silné stránky na získání výhody

**WO** – překonat slabiny využitím příležitostí

**SW** – využít silné stránky na čelení hrozbám

**WT** – minimalizovat náklady a čelit hrozbám (33)

Analýzu je třeba provést velmi důkladně, nesmíme opomenout žádné náležitosti.

### 3.3.3 Segmentace trhu

Segmentace trhu poskytne detailní pohled na jednotlivé části trhu. Podle M. Dedouchové ji lze definovat jako „...*způsob, jakým si podnik formuluje skupiny spotřebitelů na základě jejich různých potřeb nebo preferencí.*“ (2)

Pro lepší pochopení trhu je dobré si jej **rozdělit** na menší části, tedy provést segmentaci trhu. Trh lze rozdělit z různých kritérií. Níže uvádím jejich výčet:

- Demografické – (věk, pohlaví, vzdělání, povolání, příjem),
- Etnografické – (rasa, národnost, náboženství),
- Geografické – (stát, region, hustota osídlení)
- Psychografické – (životní styl lidí) (24)

### 3.3.5 Porterova analýza

Tuto analýzu vypracoval v roce 1979 profesor Michael Eugene Porter. Slouží, stejně jako předchozí analýzy, k průzkumu okolí podniku. Profesor Michael Eugene Porter se zabýval otázkou, jaké vnější síly ovlivňují podnikání firem. Na podnik podle něj **působí pět sil**, které se navzájem ovlivňují. Tedy změna jedné síly má vliv na ostatní síly.

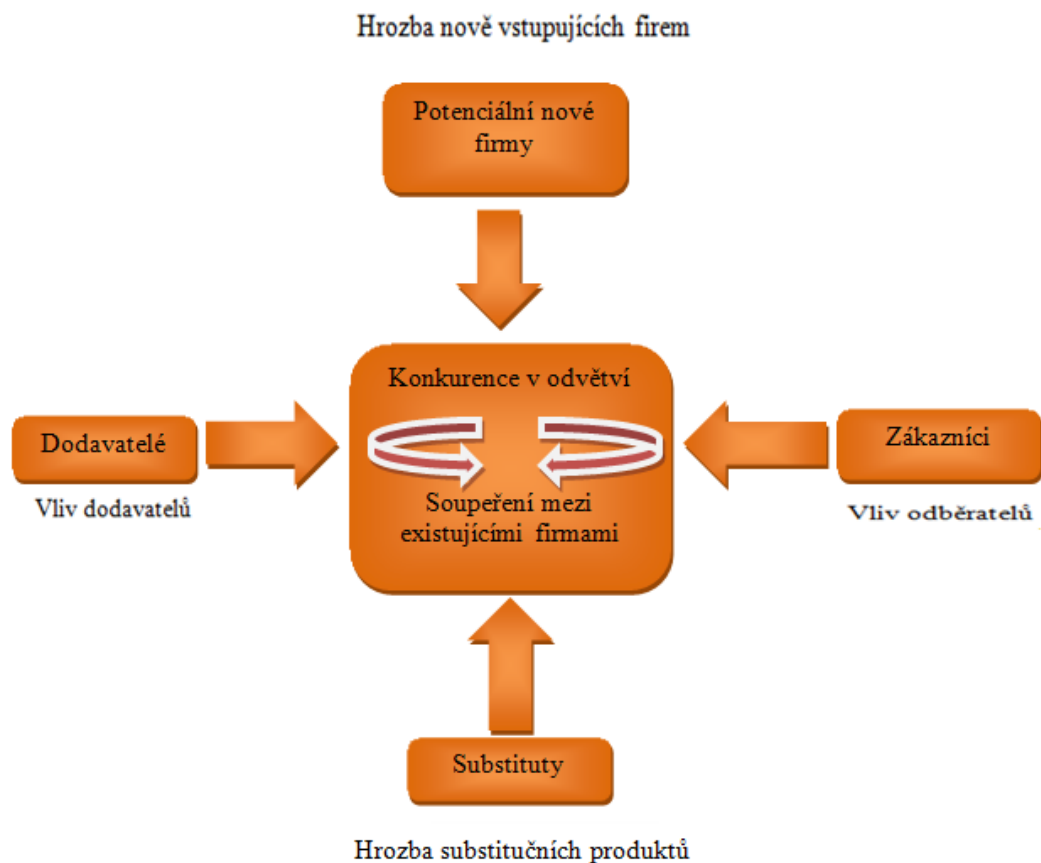
Tyto síly jsou následující:

- Vyjednávací síla zákazníků,
- Vyjednávací síla dodavatelů,
- Hrozba vstupu nových konkurentů,
- Hrozba substitutů,
- Rivalita společností působící na daném trhu.

Porterova analýza je vyhotovována za účelem analyzovat odvětví, aby bylo možné předvídat ziskovost v odvětví.

Pro ilustraci jsem zpracoval následující obrázek Porterovy analýzy.

Obrázek 4 - Porterova analýza konkurenčních sil



Zdroj: Kotler, P.: Marketing management: analýza plánování, využití, kontrola. 1998

### 3.4 Marketingová strategie

Pro každého prosperujícího podnikatele je velice důležitá znalost zákazníka. Po řádném průzkumu trhu by měl být podnikatel schopen vybrat si svého cílového zákazníka. Dále by si měl ujasnit, jak velký má být jeho tržní podíl, zabývat se nákupním cyklem, posoudit vliv sezónnosti.

#### 3.4.1 Marketingový mix

*„Marketingový mix je soubor taktických marketingových nástrojů, které firma používá k úpravě nabídky podle cílových trhů.“ (9)*

Marketingový mix tvoří čtyři základní složky, které jsou na sobě závislé. Říká se jim 4P a jsou to:

- **Výrobek (Product)**

Jedná se o hmotný statek nebo službu, která uspokojuje zákazníka. Každý podnik má za cíl, aby se jeho výrobky lišily od konkurence, aby zákazníci dávali přednost těmto výrobkům a byli ochotni za ně zaplatit i vyšší cenu. *„Produkt je jedním z prvků marketingového mixu, což znamená, že jde o jednu z ovlivnitelných marketingových proměnných, kterými firma reguluje své úsilí o obrat a zisky.“* (5)

- **Cena (Price)**

Cena je suma, kterou jsou zákazníci ochotni zaplatit za produkt. Je třeba vzít v úvahu konkurenci. Firma musí sledovat vývoj cenové politiky a přizpůsobovat tak svou cenovou politiku. Zvolíme-li vyšší ceny našich výrobků a služeb, musíme zohlednit jejich atraktivnost pro zákazníka. Lidé si budou ochotni připlatit pouze v případě, že vyšší ceny odpovídá také kvalita výrobku.

- **Podpora prodeje (Promotion)**

Jde o propagaci výrobků či služeb. Nástroje podpory prodeje mají cíl stimulovat okamžitý prodej. Hlavní cíle podpory prodeje jsou následující: zvýšení prodeje, podněcování zákazníka k zakoupení většího množství, snížení cykličnosti prodeje, podněcování opětného nákupu.

- **Distribuce (Placement)**

Dá se říci, že se jedná o způsob přemístění výrobku od výrobce k zákazníkovi. Pomocí těchto nástrojů či složek marketingového mixu je upravena nabídka zboží či služeb, která respektuje přání zákazníka. (8)

### 3.5 Finanční analýza

Komplexní analýza není předmětem této práce, proto se budu zabývat pouze stanovením doby návratnosti a určení bodu zvratu.

#### ➤ Doba návratnosti

*„Doba návratnosti je takové období (počet let), za které tok cash flow přinese hodnotu rovnající se počátečním kapitálovým výdajům na investici.“ (14)*

Stanovení doby úhrady je jedna z nejjednodušších metod finanční analýzy. Tato metoda nerespektuje inflaci. Z tohoto důvodu je velmi nepřesná. Přesto se používá u rizikových projektů a u projektů s krátkou životností velmi často.

#### ➤ Analýza bodu zvratu (Break Even Point Analysis)

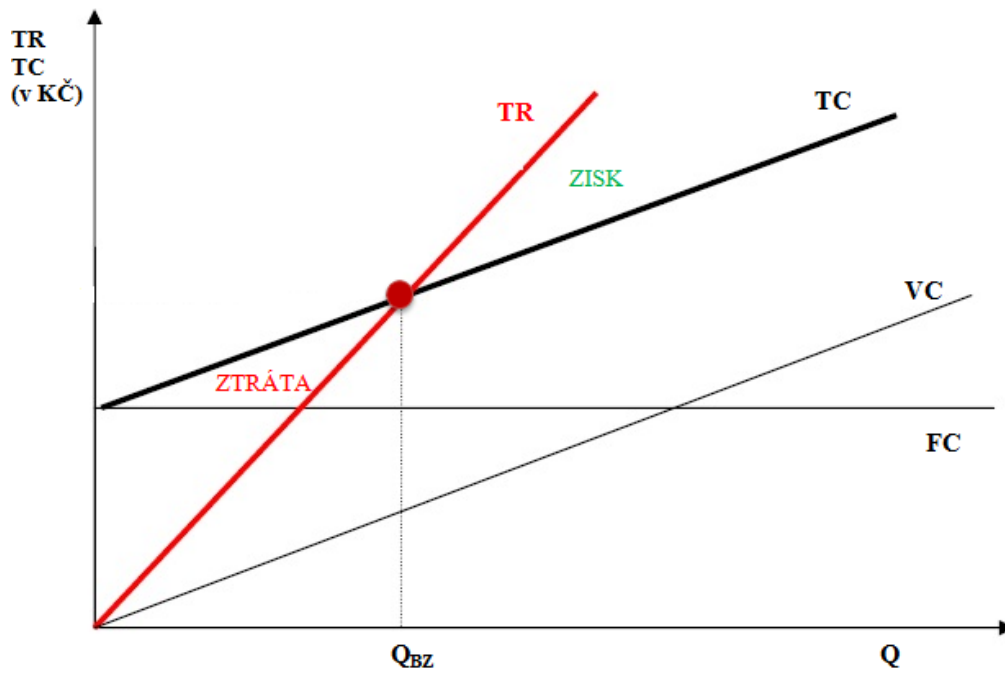
*Analýza bodu zvratu nám pomůže zjistit, „jakou úroveň výkonů podniku musíme zajistit, aby došlo k úhradě jak fixních, tak variabilních nákladů.“ (13)*

Při této analýze se zkoumá **rovnováha mezi náklady a výnosy**. Vycházíme z předpokladu, že se v podnikových výkazech sledují variabilní a fixní náklady odděleně. Určíme bod zvratu, tedy bod, ve kterém se celkové náklady rovnají celkovým výnosům. Dostáváme se tak do situace, kdy firmě nevzniká žádný zisk ani ztráta, tedy do bodu zvratu.

Správné určení bodu zvratu má pro firmu velký význam, neboť ho vedení firmy používá k mnoha zásadním rozhodnutím. Podnik musí mít informace, ze kterých se dozvíme např.: při jakém množství kusů výrobků jsou pokryty všechny fixní i variabilní náklady a kdy se firma dostává ze ztráty do zisku. Tato problematika se dá řešit početně i graficky. (11)

Z níže uvedeného obrázku plyne skutečnost, že jakmile podnik dosáhne bodu zvratu, začíná být ziskový.

Obrázek 3 – Analýza bodu zvratu



Zdroj: Vlastní zpracování

Legenda:

- TC.....celkové náklady
- TR.....tržby
- VC.....variabilní náklady
- FC.....fixní náklady
- Q.....množství produkce
- Q<sub>BZ</sub>.....bod zvratu

**Vzorec pro výpočet bodu zvratu je následující:**

$$Q_{BZ} = \frac{F_N}{c - v}$$

Legenda:

- F<sub>n</sub>.....celkové fixní náklady

c.....variabilní náklady

v.....cena

## **4 Analýza tržních příležitostí**

### **4.1 Analýza obecného prostředí**

V této části budu analyzovat tržní prostředí v České republice ve vztahu k mému předmětu podnikatelskému záměru.

#### **4.1.1 Analýza SLEPT**

##### **➤ Sociální faktory**

Vzhledem k dnešnímu sedavému **životnímu stylu** by měl člověk využívat fitness center k zlepšení své fyzické zdatnosti. Na tomto se shodují i lékaři. Podle nich kvalitní přiměřené cvičení předchází mnoha srdečním onemocněním a zlepšuje se celková fyzická zdatnost člověka.

Mnoho lidí nemá v zaměstnání dostatek pohybu, což může vést k různým zdravotním problémům jako například obezita, bolesti zad (vlivem slabého svalstva v oblasti středu těla). Přibývá obézních lidí vlivem nezdravého životního stylu a nedostatku pohybu. Hodně lidí se nezdravě stravuje, volný čas tráví u počítače místo toho, aby šli sportovat. Přibývá větší množství obézních dětí. Obezitu a s ní spojené onemocnění srdce a cév bych proto uvedl jako hlavní sociální faktor. Déle se může jednat také o problémy s páteří.

Na druhou stranu se díky novým trendům také setkáváme s lidmi, kteří preferují více fyzických aktivit jako je například posilování, aerobik, spinning, běh, jóga a podobně. Trénink o vysoké intenzitě začíná nahrazovat trénink mnohem mírnější. Velká část lidí dává přednost aktivitám, které nemají soutěžní charakter a jsou méně stresové. Lidé se chtějí odreagovat, zbavit stresu, zlepšit svou fyzickou kondici, snížit riziko srdečních onemocnění. Chtějí mít také dobrou kondici a pěkný vzhled.

### ➤ **Legislativní faktory**

V České republice v současné době probíhá **reforma justice**, která významně ovlivní podmínky pro podnikání. Jedním nejdůležitějších zákonů, kterým se řídí podnikání v České republice, je živnostenský zákon (zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání. (45)

Nový občanský zákoník upravující oblast českého soukromého práva hmotného bude současně se zákonem o obchodních korporacích a zákonem o mezinárodním právu soukromém platit od 1. ledna 2014. Zákon o obchodních korporacích nahrazuje dosavadní obchodní zákoník. Zaměřuje se především na právní vymezení obchodních společností a družstev. (34), (35)

### ➤ **Ekonomické faktory**

Česká republika je jako vyspělá země řazena mezi nejrozvinutější ekonomiky na světě. Ve srovnání s ostatními postkomunistickými zeměmi je na tom ČR velmi dobře. Ekonomika je poměrně stabilní. V posledních letech se ovšem musí vypořádávat s dopady celosvětové a zejména evropské hospodářské krize. Základem české ekonomiky je **průmysl a služby**. Dalším odvětvím je zemědělství, kde však pracuje méně než 3 % zaměstnanců.

V mezinárodním kontextu je ekonomika České republiky ovlivňována několika základními faktory:

- Ekonomické a politické propojení s členskými zeměmi Evropské unie
- Silná vazba na Německo, kam směřuje největší objem českého vývozu
- Krize eura a některých zemí eurozóny (Řecko, Itálie, Španělsko, Portugalsko).

V zájmu ČR je aktivní zapojení do řešení současné hospodářské krize v Evropě.

Po letech ekonomického růstu zasáhla na konci roku 2008 naši republiku ekonomická krize. Zatímco v letech 2000 až 2008 se index hrubého domácího produktu v běžných cenách pohyboval v intervalu 1,047 – 1,092, došlo v roce 2009 k jeho

poklesu na 0,972. V roce 2010 došlo k mírnému oživení na 1,010. Podle údajů ČNB dosáhl **HDP** v roce 2011 růstu o 1,7%. V roce 2012 bude pravděpodobně vykázána stagnace na indexu 1,000 a v roce 2013 se předpokládá růst o 1,9%. (25)

Počátkem 21. století naše ekonomika zaznamenávala stabilní nárůsty hrubého domácího produktu. HDP v porovnání let 2005 a 2000 vzrostl o 37,3 %. V roce 2008 se začala projevovat krize, jejíž důsledky přetrvávají dodnes. Přesto mezi léty 2005 až 2010 vzrostl HDP o 21,2 %. Průměrná hrubá mzda roste a v roce 2010 představovala Kč 23 797,-. Míra nezaměstnanosti se pohybuje v pásmu 8 - 10 %.

Čistý **peněžní příjem** na osobu činil v roce 2000 Kč 6 952,-. V roce 2005 dosáhl hodnoty 9 056,- Kč, což představuje nárůst o 30,3 %. Tento trend nadále pokračuje a v roce 2010 vzrostl na Kč 12 120,- , což představuje nárůst v porovnání s rokem 2005 33,8 %. Čistá peněžní vydání rovněž rostla, a to v porovnání let 2005 a 2000 o 24,6 % a mezi léty 2005 až 2010 o 31,1 %. U všech položek peněžních vydání byl v průběhu let 2000 až 2010 zaznamenán nárůst. Nejdynamičtěji rostou výdaje na bydlení, vodu, energie a paliva. Ty v roce 2000 činily Kč 1 315,-, tj. 19,8 % z celkových nákladů a v roce 2010 již Kč 2 431,-, tj. 22,4 %.

Zajímavý je pohled na **strukturu peněžních vydání** v čase. Zatímco počátkem tisíciletí představovaly procentuálně nejvýznamnější složku peněžních vydání na potraviny a nealko nápoje (21,3 % celkových peněžních vydání) následované peněžním vydáním na bydlení, vodu, energie a paliva (19,8 %), v roce 2010 došlo k nárůstu podílu výdajů na bydlení, vodu, energie a paliva na 22,4 % a mírnému poklesu podílu výdajů na potraviny a nealkoholické nápoje na 17,4 %. Peněžní vydání na dopravu a spoje představují třetí nejvýznamnější složku peněžních vydání, která rostla především v období 2000 až 2005. V roce 2010 představovala 14,5 % celkových peněžních vydání na osobu průměrné domácnosti. Výdaje na volný čas činily v roce 2010 Kč 918,-. Jejich podíl na celkových výdajích v průběhu let postupně mírně klesá a v roce 2010 činí 8,4 %. (26)

### ➤ **Politické faktory**

Jednotlivé vlády České republiky se v poslední dekádě snaží vytvářet podmínky pro další **rozvoj podnikání** v České republice, a to jak přijímáním nových legislativních norem zaměřených na podporu podnikání, tak novými investičními pobídkami pro zahraniční investory. Česká republika také přijímá rozsáhlé dotace od Evropské unie. V nedávné době bylo v České republice zřízeno několik průmyslových zón, což mělo ve většině případů pozitivní vliv také na zaměstnanost v dané oblasti (například Hyundai Nošovice). Některé nové průmyslové zóny však doposud nejsou plně využívány. Vyrostlo také mnoho montážních závodů a skladů. Byla učiněna i chybná rozhodnutí, například neúměrná podpora solárních elektráren. **Negativem** české ekonomiky a celé společnosti je rozbujelá korupce, klientelismus, předražené a zmanipulované státní zakázky. Za to je také Česká republika kritizována mnoha nezávislými institucemi.

Od parlamentních voleb, které se konaly v roce 2010 je v České republice u moci pravicová koalice ODS, TOP 09 a Věci veřejné. Tato vláda má rozhodující vliv na vývoj v naší zemi. V Senátu České republiky je nadpoloviční většina senátorů zastupujících levicové strany.

### ➤ **Technologické faktory**

V případě mého oboru podnikání za technické faktory považují především stroje, které tvoří technickou vybavenost mého fitness centra. Podnik by měl neustále sledovat technologický vývoj a modernizovat své **technické vybavení**, aby nezůstal pozadu za konkurencí. Kdyby tak podnik nečinil, mohla by jeho pasivita zapříčinit různé komplikace ve vývoji tržeb.

### **Nejdůležitější závěry plynoucí z analýzy SLEPT:**

Na základě provedení analýzy SLEPT jsem dospěl k několika poznatkům, které jsou důležité pro úspěšné podnikání ve zvolené oblasti:

- Hospodářská situace členských zemí Evropské unie je nyní velmi obtížná. Jsou přijímána opatření ke zlepšení současného stavu.
- Je třeba zajistit, aby přijímané reformy a kroky k oživení ekonomiky měly přesah do budoucích let. Stabilní ekonomické prostředí napomáhá rozvoji podnikání.
- Obyvatelé České republiky začali v posledních letech ve větší míře preferovat zdravý životní styl. Uvědomují si zdravotní rizika a jsou ochotni vynaložit finanční prostředky na aktivní formy využití volného času, kam patří i návštěvy fitness center.
- Největší položku z čistých peněžních vydání obyvatel ČR tvoří náklady na bydlení, vodu, energie a paliva (22,4 %). Čistá peněžní vydání na volný čas tvoří méně než 10% celkových vydání.
- V České republice stále existují města a obce, kde jsou omezené možnosti aktivního trávení volného času.
- Jedním z nich je i průmyslové město Hulín, kam přijíždí mnoho lidí za prací. Zde mám v úmyslu zřídit fitness centrum.

#### **4.1.2 Analýza SWOT**

##### **Silné stránky:**

- Výborná lokalita – město Hulín, ve kterém není žádná konkurenční posilovna
- Nabídka solária
- Služby trenéra
- Vysoká kvalita nabízených služeb

##### **Slabé stránky:**

- Standardní sortiment poskytovaných služeb
- Obtížně předvídatelný počet klientů
- Začínající firma, která doposud není v povědomí zákazníků

### Hrozby:

- Vznik nové konkurence
- Pohodlnost lidí
- Preference jiných aktivit (běh, plavání, cyklistika, a podobně)

### Příležitosti:

- Rozšíření sortimentu služeb
- Získání nových klientů
- Vybudování více provozoven

### 4.1.3 Segmentace trhu - Situace města Hulín

Níže uvedená tabulka zobrazuje základní informace o městě Hulín. (35)

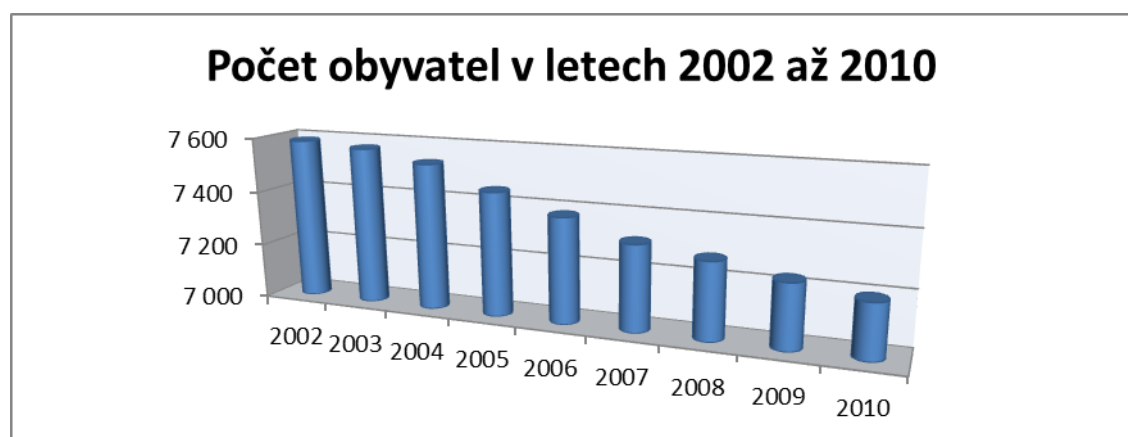
Tabulka 2 – Základní informace o městě Hulín

<b>Status obce:</b>	Město
<b>Obec s rozšířenou působností:</b>	Kroměříž
<b>Okresní město:</b>	Kroměříž
<b>Kraj:</b>	Zlínský
<b>Počet obyvatel:</b>	7 232

Zdroj: Odhad online. Statistické informace: Hulín. 2010

Graf č. 1 zobrazuje informace o vývoji počtu obyvatel v letech 2002 až 2010.

Graf 1 - Informace o vývoji počtu obyvatel v Hulíně



Zdroj: Odhad online. Statistické informace: Hulín. 2010

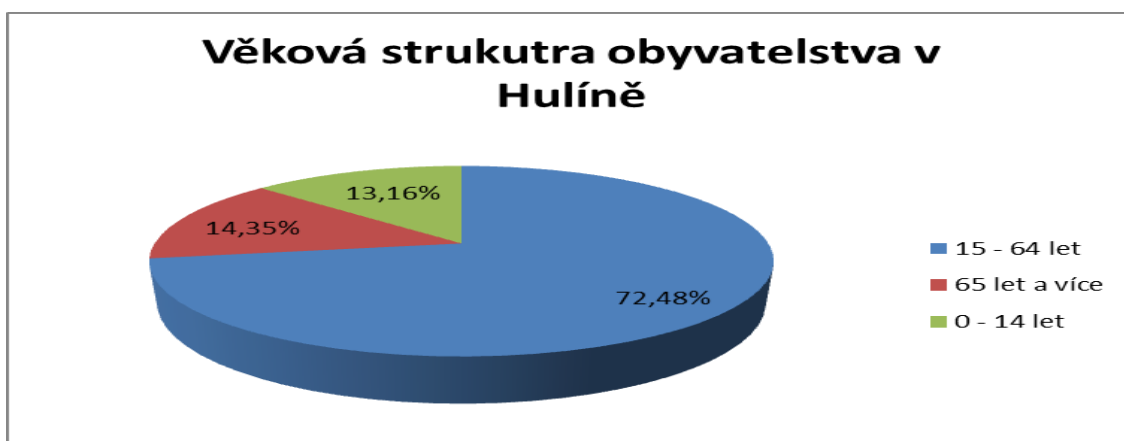
Z výše uvedeného grafu je patrné, že počet obyvatel Hulína mírně klesá. Pokles je ale zanedbatelný. Tak nízký pokles obyvatel neznamená pro mou firmu nedostatek potenciálních zákazníků.

### ➤ Demografické faktory

#### Věková struktura obyvatelstva:

Z grafu č. 2 vyplývá, že velkou část obyvatelstva tvoří **mladí lidé**. Tuto skupinu tvoří asi 72,48% obyvatel města Hulín. Především tito lidé by mohli tvořit stálou klientelu mého fitness centra.

Graf 2 - Věková struktura obyvatelstva v Hulíně

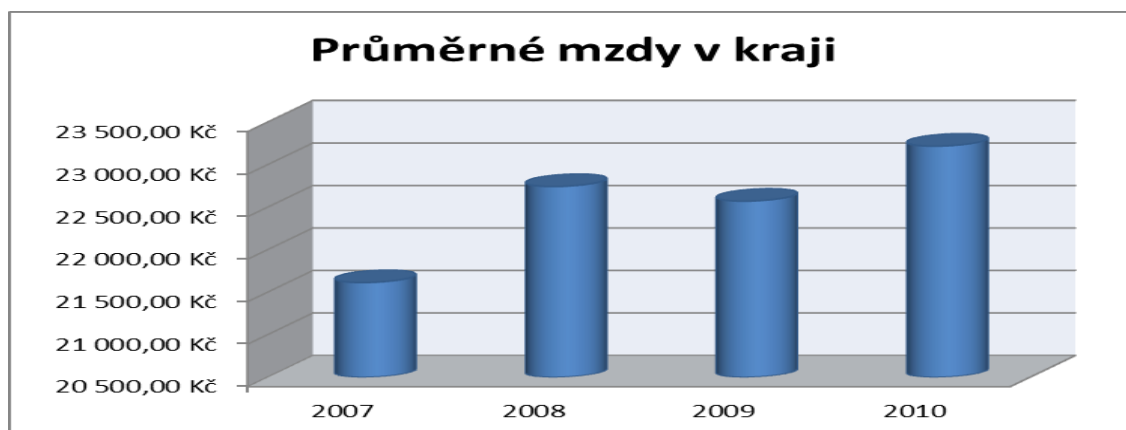


**Zdroj:** Odhad online. Statistické informace: Hulín. 2010

#### Příjem obyvatel:

Průměrné mzdy ve Zlínském kraji po mírném výkyvu v roce 2009 opět rostou. Předpokládám, že potenciální zákazníci mohou část svých finančních prostředků vynakládat na fitness.

**Graf 3: Průměrné mzdy v kraji**



**Zdroj:** Odhad online. Statistické informace: Hulín. 2010

➤ **Etnografické faktory**

Nemyslím si, že etnografické faktory by mohly mít vliv na návštěvnost fitness centra. Nebudu se proto jimi při tvorbě podnikatelského záměru zabývat.

➤ **Geografické faktory – (stát, region, hustota osídlení)**

**Dopravní dostupnost**

Na konci roku 2010 byla u Hulína dokončena stavba významné dálniční křižovatky D1 a R55. Hulín má také výbornou železniční dostupnost. Město se nachází na železniční trati Přerov - Břeclav. Kvalitní dopravní dostupnost napomáhá rozvoji podnikání a může do mé firmy přilákat nové zákazníky.

➤ **Psychografické faktory**

**Životní styl obyvatel**

Z vlastní zkušenosti mohu potvrdit, že v Hulíně bydlí mnoho sportovně založených lidí, kteří by mé služby jistě rádi využili.

## 5 Praktická část

### 5.1 Popis firmy Fitness centrum Paráda, s.r.o.

Předmětem mého podnikání bude provozování fitness centra, což je zřejmé již z názvu firmy – Fitness centrum Paráda. Má firma vstoupí na trh jako společnost s ručením omezením. Jedná se o nejpoužívanější právní formu podnikání v České republice. Sídlem firmy bude město Hulín, ulice Javorová 439. Základní kapitál bude činit Kč 600 000,-. Společníci Fitness centrum Paráda, s. r. o. budou:

- Jiří Peštuka ml., jednatel, společník, vklad Kč 300 000,-, obchodní podíl 50%
- Ing. Jiří Peštuka st., jednatel, společník, vklad Kč 300 000,-, obchodní podíl 50%

### 5.2 Výhled firmy do budoucna

Podle mého názoru je velmi důležitým faktorem vybavenost fitness centra. Část potenciálních zákazníků požaduje, aby fitness centra byla vybavena nejmodernějšími stroji a nářadím. Toto ovšem není jediný faktor, který ovlivňuje prosperitu a růst firmy. Podle mého názoru počet zákazníků podniku ovlivňují mimo jiné také tyto faktory: hygiena, klimatizace, možnost zakoupení potravinových doplňků. Během posledních osmi let jsem navštívil mnoho posiloven a z vlastní zkušenosti mohu potvrdit, že posilovny, které touto vybaveností nedisponují, mají mnohem menší návštěvnost zákazníků, tím pádem i menší zisky. Z uvedeného plyne, že pokud chce podnikatel uspět, musí se orientovat na **špičkové služby a vybavenost**. Je zřejmé, že počáteční investice do vybavení posilovny bude nákladná. Doba návratnosti investice bude z toho důvodu delší. Dle mého názoru má zvolený obor podnikání budoucnost. Vlivem nezdravého životního stylu přibývá obézních lidí, s čímž je potřeba bojovat. Pravidelným cvičením se dá také předejít různým onemocněním srdce.

#### 5.2.1 Sektor zákazníků

V dnešní době jsou zákazníci velmi vybíraví a dávají přednost dobře vybaveným posilovnám. Proto je důležité, aby posilovna byla vybavena co nejmodernějšími stroji a

přístroji. Při zřizování nové posilovny je třeba vzít v úvahu, že v Hulíně žádné fitness centrum doposud nepůsobí. Kvalita a cena nového vybavení posilovny proto musí být zvolena tak, aby odpovídala těmto skutečnostem. Potenciální zákazníci by měli dle mého soudu dát přednost místní dobře vybavené posilovně před exkluzivně vybavenými zařízeními v jiných městech. Věřím, že vybudování a zprovoznění tohoto fitness centra přiláká mnoho zákazníků, protože si budou moci dopřát kvalitní služby v blízkosti svého domova a nebudou muset za cvičením dojíždět do vzdálenějších měst.

## **5.2.2 Porterova analýza**

### **➤ Rivalita**

Vzhledem ke skutečnosti, že v Hulíně dosud není vybudované žádné fitness centrum, budu mít v tomto směru značnou výhodu. Pokud chtějí obyvatelé Hulína navštívit fitness centrum, musí dojíždět do okolních měst. Z vlastní zkušenosti mohu potvrdit, že mnoho lidí z Hulína jezdí cvičit do Kroměříže (cca 6 km od Hulína). Uvedený problém bude vyřešen vybudováním mého fitness centra v Hulíně. Nemalou roli bude hrát i technická vybavenost posilovny.

### **➤ Hrozba vstupu nových firem**

Hrozba vstupu nových konkurenčních firem v oboru fitness určitě existuje a je třeba ji brát v úvahu. Ve svém fitness centru chci udržet zavedený standart služeb a v případě vzniku konkurence pružně reagovat jejich rozšířením.

### **➤ Síla dodavatelů**

Zařízení pro vybavení fitness centra bude zejména od těchto výrobců: Kettler (Německo), Insportline (Česká republika), Formerfit (Česká republika). Jedná se o kvalitní dodavatele, kteří poskytují vybavení pro fitness centra za přijatelnou cenu.

### ➤ **Síla odběratelů**

Jde o zákazníky fitness centra, kteří využívají jeho služeb. Hulín je průmyslové město, ve kterém má sídlo řada podniků. Tato skutečnost má za následek „přiliv“ lidí do Hulína za prací. Myslím si, že část z nich by mohla po práci navštívit mé fitness centrum. Z grafu číslo 2 vyplývá, že ve městě bydlí hodně mladých obyvatel. Především tito lidé by mohli tvořit stálou klientelu mého fitness centra.

### ➤ **Hrozba substitutů**

Lidé pro zlepšení své fyzické kondice nemusí pouze navštěvovat fitness centra, mohou provozovat i jiné aktivity. Mnoho lidí preferuje například běh, cyklistiku, plavání a celou řadu ostatních druhů sportů. Lidé mohou dát před návštěvou fitness centra přednost například wellness centrům, které poskytují komplexní služby, jako jsou například vířivky, solária, sauny, lezecké stěny a podobně. Substitutů je samozřejmě celá řada a nemohu se v této práci všemi zabývat. V současnosti z finančních důvodů tyto služby mé fitness centrum nabídnout nemůže. Budu však bedlivě sledovat vývoj konkurence v okolí podniku. V budoucnu mám v úmyslu v případě dobré finanční situace investovat do pořízení doplňkového vybavení (například lezecká stěna).

## **5.3 Analýza konkurence**

Ve městě Hulín není v současné době vybudováno žádné konkurenční fitness centrum. V tomto městě budu tedy jediný poskytovatel služeb v oblasti fitness. Nesmíme však zapomínat, že zákazníci mohou dát přednost posilovnám v okolí Hulína. Z vlastní zkušenosti vím, že mnoho obyvatel Hulína jezdí za cvičením do nedaleké Kroměříže (6 km od Hulína). Za největší konkurenty považuji následující:

➤ **Konkurenční fitness centra ve městě Kroměříž:**

**ATOMY Sport-club**

Celodenní vstupné činí Kč 60,-. Cena roční permanentky je Kč 4 090,-. Posilovna nabízí i masáže. Pro zákazníky je atraktivní otevírací doba. Ve všední dny až do 21:00, v sobotu a v neděli do 19:00

**Extreme fitness**

Vstupné je Kč 55,-. Cena roční permanentky je Kč 4 090,-. Posilovna umožňuje použití i solária. Otevírací doba je: Po - Pá 9:00 - 21:00, sobota – neděle 14:00 – 20:00.

**Fit centrum Relax**

Vstupné činí Kč 33,-. Cena permanentky na 50 vstupů je Kč 890,-. K dispozici je solárium. Otevírací doba je:

Pondělí: 16:00 – 21:00

Úterý: 10:00 – 12:00, 16:00 – 21:00

Středa: 16:00 – 21:00

Čtvrtek: 10:00 – 12:00, 16:00 – 21:00

Pátek: 16:00 – 21:00

Sobota: 16:00 – 19:00

Neděle: ZAVŘENO

**Krytý plavecký bazén**

Návštěvníci kroměřížského plaveckého bazénu mohou využít například solárium, masáže, saunu a fitcentrum či aqua-aerobic.

Otevírací doba posilovny PO - PÁ 10 - 21, SO 14 - 19, NE 14 – 20

Vstupné: Kč 45,-.

Studentské vstupné do 16:00: Kč 35,-

Permanentky: 10 vstupů: Kč 400,-

20 vstupů: Kč 650,-

30 vstupů: Kč 800,-

Časová permanentka: 1 měsíc: Kč 550,-

➤ **Konkurenční fitness centra ve městě Holešov:**

**Sport centrum Holešov**

Posilovna PO - PÁ 9 - 12

Základní cena do posilovny je Kč 40,-.

Sport centrum Holešov nabízí také plavecký bazén, saunu, sportcycling, squash, masážní bazén, solárium, aerobik, restaurace, dětský bazén.

**Fitness Trinity**

Běžné vstupné: Kč 50,-

Permanentka na rok: Kč 4 000,-

Otevírací doba:

PO - PÁ 9 - 12, 15 - 21

Sobota: 10 - 14

Neděle: 13 - 16

**Nabídka služeb:** posilovna, běžecký pás, crossové trenažéry, cyklo trenažéry, steppery, rotopedy, nealkoholický bar s posezením, výživové doplňky, dětský koutek.

Dalšími možnými konkurenty mohou být posilovny v Otrokovicích, či ve Zlíně. Jedná se o vzdálenější města, proto je tato alternativa nepravděpodobná. Nebudu se jí proto v bakalářské práci zabývat.

Provedením analýzy podnikatelského prostředí ve městě Hulín jsem dospěl k závěru, že bude vhodné zde začít podnikat v oblasti fitness. Zřízení provozovny

fitness centra si vyžádá nemalé finanční prostředky. Proto jsem musel vzít do úvahy své **finanční možnosti**, případně další zdroje krytí potřeb. Sem patří především rodinné finanční prostředky. V současné době je možno na podnikání uvolnit částku ve výši Kč 600 000,-. Jako doplňkovou eventualitu krytí potřeb podnikání jsem zvažoval možnost poskytnutí podnikatelského úvěru od Komerční banky a. s.

## 5.5 Obchodní a marketingový plán

### 5.5.1 Marketingový mix

#### ➤ Výrobek a výrobní politika

Předmětem mého podnikání bude provoz fitness centra. Výrobek tedy budou služby v oboru fitness. Kromě posilování budou moci zákazníci využít řadu doplňkových služeb jako je solárium, využití cardio strojů, sestavení jídelníčku, trenérské poradenství.

#### ➤ Ceny a cenová politika

Při tvorbě následujícího ceníku služeb byly brány v potaz ceny konkurence. Ceny byly tedy vytvořeny metodou „*následování ceny konkurence (going-rate pricing)*.“ Ceník byl tvořen tak, aby byl konkurenceschopný a zajímavý pro zákazníka. (12)

Tabulka 3 - Ceník služeb

Služba	Cena
➤ Posilovna	Kč 60,-/vstup
➤ Solárium	Kč 10,-/1 minuta
➤ <b><u>Permanentky:</u></b>	
- Měsíční	Kč 499,-

- Čtvrtletní	Kč 1 399,-
- Půlroční	Kč 2 299,-
- Roční	Kč 3 999,-

*Zdroj: Vlastní zpracování*

➤ **Podpora prodeje**

Aby firma získala nové zákazníky, bude využívat zejména těchto prostředků:

- Reklama v místním rádiu,
- Plakáty,
- Webové stránky firmy.

➤ **Marketingový rozpočet**

V následující tabulce je znázorněn plánový marketingový rozpočet na léta 2012 až 2017.

**Tabulka 4 - Marketingový rozpočet**

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Náklady na marketing	25 000	25 000	20 000	20 000	20 000	20 000

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Bude investováno především do plakátů, webových stránek, reklam v tisku a v místním rádiu.

➤ **Místo provozu fitness centra**

Velmi důležité bylo nalézt prostory, kde se bude fitness centrum nacházet. Volil jsem mezi variantami vybudování nového objektu, zakoupení vhodné nemovitosti a pronájmu. Po zralé úvaze se kloním k možnosti pronájmu. Ze znalosti místních podmínek a po prostudování nabídek realitních kanceláří jsem se rozhodl pro

nemovitost v ulici Javorové č. p. 439. Je to dvouposchodový dům. V suterénu domu se nachází restaurace. Přízemí je využíváno příležitostně ke kulturním akcím. Majitelem objektu je SK Spartak Hulín. Jedná se o vhodné prostory na ploše 500 m<sup>2</sup>. Po dohodě s majitelem budovy by bylo pro posilovnu využito 220 m<sup>2</sup>. Cena za jeden 1 m<sup>2</sup> činí Kč 120. Nájem za 220 m<sup>2</sup> je tedy Kč 26 400/měsíc včetně energií.

**Tabulka 5 - Informace o provozovně**

Provozovna
<b>Lokalita:</b> Hulín, Javorová 768 24
<b>Cena za 1 m<sup>2</sup>:</b> Kč 120,-/měsíc, vč. DPH a energií
<b>Plocha:</b> 500 m <sup>2</sup>
<b>Využitelná plocha:</b> 220 m <sup>2</sup>
<b>Telekomunikace:</b> Telefon, email
<b>Topení:</b> ANO
<b>Elektřina:</b> ANO
<b>Voda:</b> ANO
<b>Odpad:</b> ANO
<b>Plyn:</b> ANO

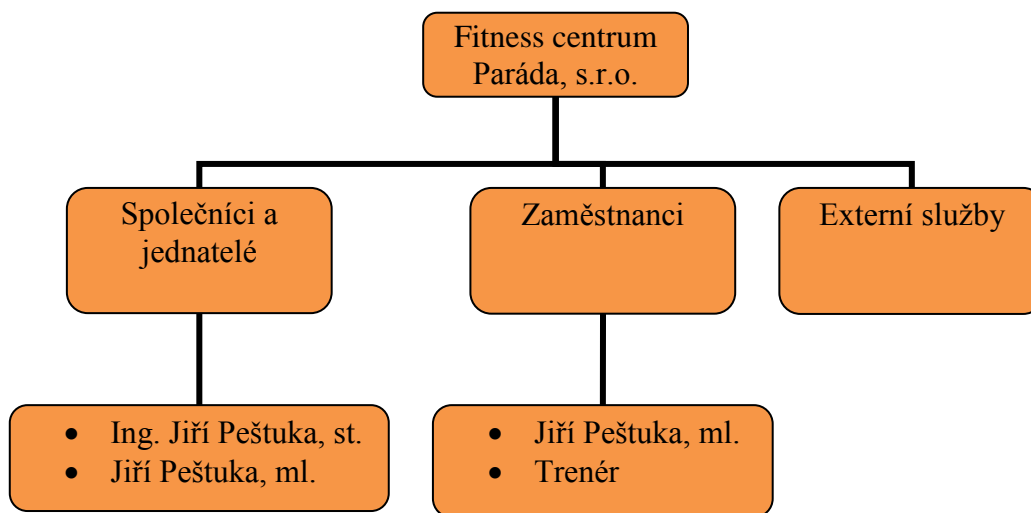
*Zdroj: Vlastní zpracování*

## 5.6 Organizační struktura

Organizační struktura je velmi jednoduchá. Jde o rodinnou firmu. Společnost s ručením omezeným založili **2 společníci**, otec a syn. Společník a jednatel Ing. Jiří Peštuka st. má praxi 20 let v bankovním sektoru, kde se věnoval především poskytování firemních úvěrů a bankovním službám. Mnoho let zastával manažerské pozice. V současné době je připraven se věnovat firmě. Své bohaté zkušenosti nyní využije při jednání s bankou, majitelem objektu, živnostenským úřadem, finančním úřadem a dalšími institucemi a společnostmi. Společník, jednatel a zaměstnanec Jiří Peštuka ml. je na počátku své pracovní kariéry. Bude rovněž zastávat pozici jednatele a současně bude zaměstnancem spol. s r. o.

Druhým zaměstnancem je **trenér**, který vykonává činnosti vymezené pracovní smlouvou. Ostatní práce a služby si firma zabezpečuje externě. Jedná se hlavně o vedení účetnictví a případné složitější opravy a rekonstrukce.

Obrázek 4 - Organizační struktura



*Zdroj: Vlastní zpracování*

## 5.7 Finanční plán

Zřízení fitness centra si vyžádá vstupní **investiční náklady**. Je třeba provést některé technické úpravy – zpevnění podlah, snížení stropu, investičně méně náročná rekonstrukce šaten a WC, vybudování sprch a další drobné úpravy estetického charakteru. Předběžně si tyto rekonstrukce vyžádají investiční náklady ve výši Kč 70 000,-.

Dalším vstupním nákladem bude pořízení vhodných strojů, zařízení a nářadí. Podle mých propočtů se bude jednat o částku Kč 648 650,-. Jedna z nejvýznamnějších položek **fixních nákladů** bude nájem. Po dohodě s majitelem prostor bylo stanoveno měsíční nájemné na Kč 26 400,- včetně inkasa. Dále to budou mzdy zaměstnanců ve výši Kč 38 000,- měsíčně.

Z provedeného odhadu fixních a variabilních nákladů je zřejmé, že vlastní finanční prostředky nebudou k rozjezdu firmy stačit. Předpokládám proto **poskytnutí podnikatelského úvěru** ve výši maximálně Kč 400 000,-.

Po zahájení provozu bude postupně fitness centrum dosahovat výnosy plynoucí z jednotlivých činností. Předpokládám, že z počátku bude podnikání mírně ztrátové. Z dosažených výnosů bude splácen podnikatelský úvěr od ledna 2013. Generovaný zisk bude rozdělován uvážlivě tak, aby byly vždy vytvářeny **finanční rezervy** a teprve následně vyplácena odměna společníkům.

### 5.7.1 Výnosy

Při sestavování podnikatelského záměru jsem uvažoval se třemi modely tvorby výnosů. Jde o variantu optimistickou, pesimistickou a realistickou. Pro výpočet nákladových a výnosových položek v mé bakalářské práci jsem použil realistickou variantu.

Ty se liší výší dosazených proměnných veličin. Tvorbu výnosů zásadně ovlivňují především tyto položky:

- Počet členů fitness centra, tj. klientů, kteří si zakoupili permanentky.
- Cena vstupného, cena permanentek.
- Platby od zákazníků, kteří si nezakoupili permanentku, platí tedy cenu za vstup.
- Důležitý je rovněž odhad, kolik návštěvníci fitness centra utratí za doplňkové zboží, jako je např. iontový, proteinový a sacharidový nápoj.

#### 5.7.1.1 Realistická varianta

Ve všech třech modelech je počítáno s postupným náběhem činnosti, který je nejlépe vidět na růstu a následné stabilizaci prodeje permanentek pro členy fitness centra, dále prodeje doplňkového zboží a také plateb od nečlenů.

Základem pro vyčíslení budoucích výnosů je předpokládaný počet návštěvníků (členů) fitness centra. V níže uvedené tabulce je uveden předpokládaný počet členů pro následujících šest let.

➤ **Předpokládaný počet zákazníků**

Odhad počtu klientů jsem provedl na základě průzkumu konkurenčních fitness center (oslovení zaměstnanců fitness center) a na základě vlastních zkušeností.

Při výpočtu výnosů z plateb od nečlenů jsem vycházel z následující průměrné týdenní návštěvnosti:

**Tabulka 6 - Počet návštěv od nečlenů - realistická varianta**

Rok 2012: návštěv týdně od nečlenů	10
Rok 2013: návštěv týdně od nečlenů	14
Rok 2014: návštěv týdně od nečlenů	15
Rok 2015: návštěv týdně od nečlenů	16
Rok 2016: návštěv týdně od nečlenů	18
Rok 2017: návštěv týdně od nečlenů	20

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Pozn.: nečlenem je myšlen zákazník, který si nezakoupí permanentku.

**Tabulka 7 – Předpokládaný počet členů - realistická varianta**

<b>Realistický odhad</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Počet členů v letech	50	85	100	120	130	140

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## ➤ Odhadované výnosy

Pokud chceme vypočítat velikost budoucích očekávaných příjmů, musíme započítat i částky, které zákazníci ve fitness centru utratí.

**Tabulka 8 - Odhadované tržby za permanentky a doplňkové zboží - realistická varianta**

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Cena zakoupených permanentek na člena za rok</b>	5 500	5 100	4 800	4 400	4 000	3 900
<b>Cena zakoupeného doplňkového zboží</b>	4 752	6 192	7 200	8 640	9 360	10 800

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Zákazníci zpočátku nebudou mít v povědomí název tohoto fitness centra. Proto předpokládám, že dají přednost permanentkám s kratší lhůtou platnosti, protože si chtějí teprve služby mého fitness centra „vyzkoušet“. Permanentky s kratší lhůtou platnosti budou méně výhodné, než ty s delší lhůtou platnosti. V dalších letech očekávám, že zákazník dá přednost výhodnějším permanentkám s delší dobou platnosti. Z toho vyplývá, že v prvním roce by měly být **tržby** za permanentky vyšší a v následujících letech by se měly snižovat. Při výpočtu cen doplňkového zboží jsem vycházel z toho, že průměrný zákazník navštěvuje fitness centrum 3x týdně a za doplňkové zboží utratí v letech tyto částky: Kč 33,-, Kč 43,-, Kč 50,-, Kč 60,- Kč 65,- a Kč 75,-.

Pro tvorbu finančního plánu byla, jak jsem již zmínil, zvolena realistická varianta, která je již očištěna od extrémních výkyvů oběma směry.

**Tabulka 9 - Celkové výnosy – realistická varianta**

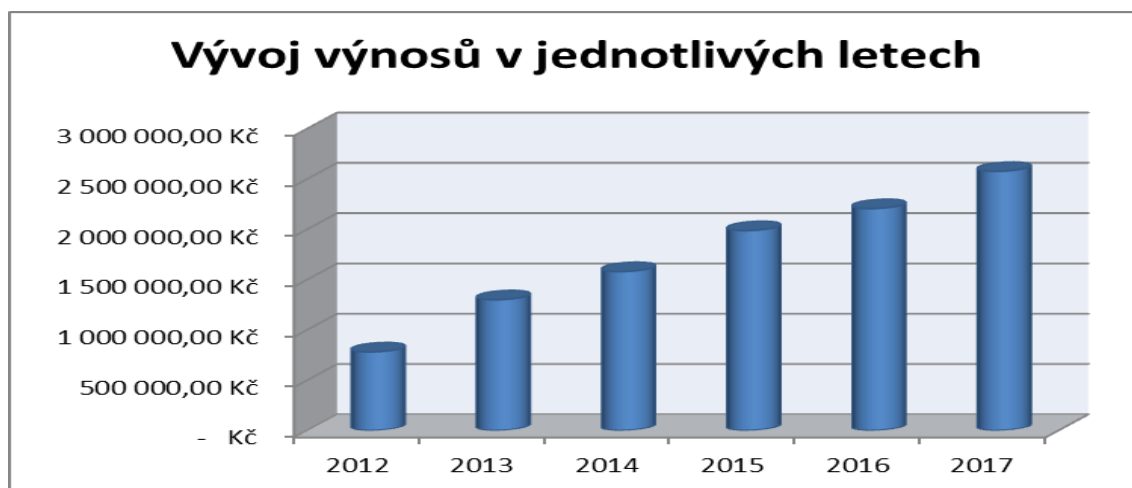
Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Celkové výnosy za permanentky	275 000	433 500	480 000	528 000	520 000	546 000
Celkové výnosy za doplňkové zboží	237 600	526 320	720 000	1 036 800	1 216 800	1 512 000
Platby od nečlenů	28 800	40 320	43 200	46 080	51 840	57 600
Platby za solárium	240 000	299 520	336 960	376 320	417 600	460 800
<b>Výnosy celkem</b>	<b>781 400</b>	<b>1 299 660</b>	<b>1 580 160</b>	<b>1 987 200</b>	<b>2 206 240</b>	<b>2 576 400</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Podle tohoto modelu bude podnikání ziskové v roce 2014, tedy cca 2 roky po zahájení činnosti.

Na níže uvedeném grafu je znázorněn vývoj výnosů ve sledovaných letech.

**Graf 1 - Očekávaný vývoj výnosů v jednotlivých letech**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

### 5.7.1.2 Pesimistická varianta

Předpokládá v roce 2012 zakoupení pouze 40 permanentek. Tato položka v následujících letech postupně roste a v roce 2015 dosahuje výše 130. Je také počítáno s nízkými tržbami z prodeje doplňkového zboží a platbami od nečlenů. Ostatní důležité údaje, jako například celkové výnosy za permanentky, za ostatní zboží jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 10 - Celkové výnosy - pesimistická varianta

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Celkové výnosy za permanentky	200 000	345 000	378 000	429 000	444 000	468 000
Celkové výnosy za doplňkové zboží	172 800	378 000	518 400	712 800	864 000	1 123 200
Platby od nečlenů	25 920	28 800	43 200	51 840	51 840	51 840
Platby za solárium	76 800	101 376	114 816	129 024	144 000	159 744
<b>Výnosy celkem</b>	<b>475 520</b>	<b>853 176</b>	<b>1 054 416</b>	<b>1 322 664</b>	<b>1 503 840</b>	<b>1 802 784</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Při použití pesimistické varianty je podnikání ziskové až v roce 2016, zatím co optimistická varianta předpokládá s tvorbou zisku už rok po zahájení činnosti, tj. v roce 2013. My se však budeme řídit podle výsledků **realistické varianty**, která vychází zisková v roce 2014.

### 5.7.1.3 Optimistická varianta

Počítá s příznivějším vývojem. V prvním roce činnosti se předpokládá prodej 60 permanentek a v roce 2015 je počítáno s počtem 150 členů fitness centra. Je také odhadován vyšší prodej doplňkového zboží a plateb od nečlenů, jak ukazuje tabulka uvedená níže.

**Tabulka 11 - Celkové výnosy - optimistická varianta**

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Celkové výnosy za permanentky	360 000	522 500	550 000	611 000	616 000	630 000
Celkové výnosy za doplňkové zboží	345 600	684 000	950 400	1 404 000	1 612 800	1 944 000
Platby od nečlenů	34 560	40 320	48 960	57 600	63 360	66 240
Platby za solárium	466 560	580 608	628 992	701 568	777 600	857 088
<b>Výnosy celkem</b>	<b>1 206 720</b>	<b>1 827 428</b>	<b>2 178 352</b>	<b>2 774 168</b>	<b>3 069 760</b>	<b>3 497 328</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

### 5.7.2 Náklady

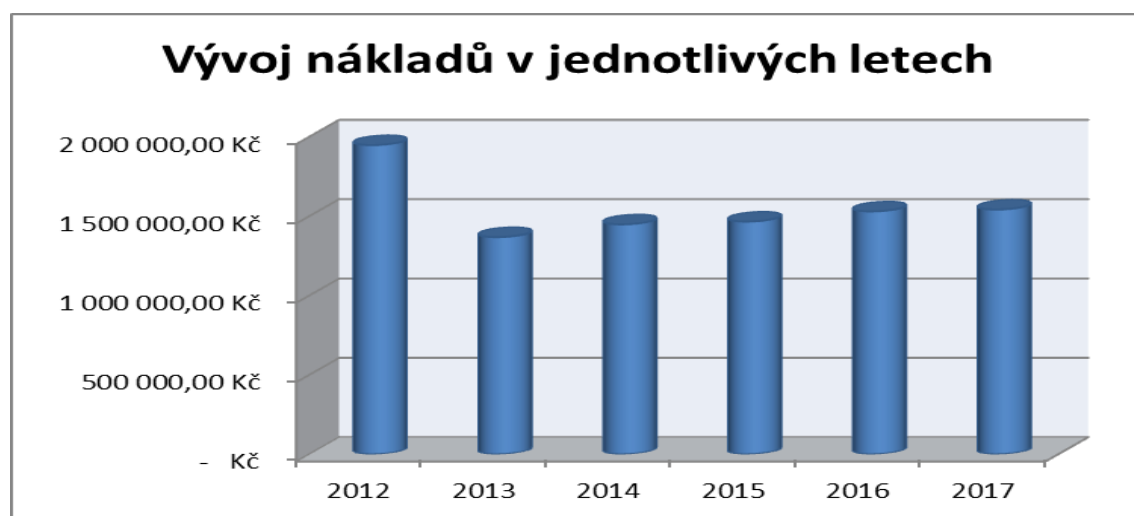
Po důkladném posouzení současného stavu pronajímaných prostor jsem se rozhodl vynaložit prostředky nezbytné pro jejich úpravu tak, aby odpovídala potřebám podnikání a vyhovovala zákazníkům. Jedná se především o **dílčí rekonstrukce** šaten, WC a sprch. Zde je uvažováno o jednorázovém nákladu ve výši Kč 70 000,- v roce 2012. I v následujících letech bude třeba s těmito náklady počítat, avšak v mnohem menším rozsahu. Je zde počítáno i s jistou finanční rezervou pro případ nutnosti odstranění drobných závad nad rámec uzavřené nájemní smlouvy. Jedná se o částky mezi Kč 10 - 25 tis. K zajištění údržby pronajatých prostor a zakoupených strojů jakož i k nezbytnému úklidu byla vytvořena položka drobných nákladů ve výši Kč 2 000,- měsíčně. Jde například o nákup čistících a hygienických potřeb.

Významnou položkou nákladů je **nájemné**. Přestože existovala možnost pronájmu celého nadzemního podlaží v rozsahu 500 m<sup>2</sup>, rozhodl jsem se využít pouze 220 m<sup>2</sup>, což bylo vlastníkem objektu akceptováno podpisem nájemní smlouvy. Na roky 2012 a 2013 bylo dohodnuto nájemné vy výši Kč 120,- za 1m<sup>2</sup> měsíčně. V následujících letech předpokládám ve své ekonomické úvaze zvýšení nájemného v závislosti na vývoji realitního trhu takto: roky 2014 - 2015 Kč 135,- za 1 m<sup>2</sup> měsíčně, rok 2016 a následující Kč 150,- za 1 m<sup>2</sup> měsíčně. Celkové roční nájemné bude v roce 2012 316 800,-Kč, v následujících letech uvažuji zvyšování. Například částka nájemného v roce 2017 bude Kč 396 000,- za rok. **Mzdové náklady** bude tvořit mzda pro 2

zaměstnance, kterými bude vedoucí provozovny (současně majitel a jednatel spol. s r. o.) a trenér. V roce zahájení provozu 2012 bude stanoven měsíční plat pro vedoucího Kč 21 000,- a pro trenéra Kč 17 000,-. V dalších letech je počítáno s nárůstem platů. Základní náplní práce bude běžný chod fitness centra v provozních hodinách se všemi souvisejícími činnostmi – prodej vstupenek, permanentek a doplňkového zboží, asistence u cardio strojů a náradí, úklid a drobná údržba. V době špiček budou na pracovišti oba zaměstnanci, mimo špičky pouze jeden. Pokud se vyskytne větší závada na strojích či zařízení bude řešena servisní firmou. Případné závady či havárie u pronajatých prostor budou řešeny v souladu s nájemní smlouvou společně s majitelem. Při zpracovávání podnikatelského záměru jsem uvažoval o tom, zda bude vhodné zaměstnat další pracovníci, která by vedla účetnictví fitness centra. Dospěl jsem k závěru zajistit si tyto služby **dodavatelsky** a to prostřednictvím vybrané účetní firmy. Pro rok 2012 je uvažováno s náklady na vedení účetnictví ve výši Kč 50 000,- a v následujících letech tato částka dále mírně roste.

Aby byl zajištěn odpovídající rozjezd začínajícího podnikání, je nutno vynaložit i náklady na marketing. V prvním roce podnikání jde o částku Kč 25 000,-. S touto položkou je počítáno i v následujících letech.

**Graf 5 - Očekávaný vývoj nákladů v jednotlivých letech**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Přehled o nákladech a jejich struktuře je uveden v příloze č. 1 – Náklady.

Nejvýznamnější položkou vstupních nákladů jsou **náklady na pořízení vybavení posilovny**. Zde je uvažováno s jednorázovým pořízením strojů, zařízení a pomůcek, které jsou nezbytné pro provoz fitness. Jejich seznam je uveden v příloze č. 2. Lze je rozdělit do tří základních kategorií. Nejdražší z nich je solárium. Ostatní zařízení je méně finančně náročné. V roce zahájení činnosti 2012 je počítáno s náklady téměř Kč 650 000,-. V následujících letech uvažuji jen s dílčí obnovou zařízení a to ve výši Kč 20 000,- ročně. Pořízené zařízení bude odepisováno dle platných předpisů.

#### ➤ **Náklady spojené s úvěrem**

Při sestavování svého podnikatelského záměru jsem pečlivě zkoumal možnosti zapojení vlastních a cizích finančních zdrojů. **Vlastní finanční prostředky** budou do firmy vloženy formou základního kapitálu ve výši Kč 600 000,-. Vlastní zdroje použiji primárně na krytí provozních potřeb (především mzdové náklady a nájemné), dále pak na investice. K realizaci podnikatelského záměru bude třeba využít **podnikatelský úvěr** ve výši 400 000,- Kč představující krytí finančních potřeb formou cizích finančních zdrojů. Jedná se především o potřeby investiční (pořízení strojů a zařízení posilovny) a zbývající potřeby provozní.

V současné obtížné ekonomické situaci jsou banky velmi obezřetné při poskytování úvěrů podnikatelům. Proto je nezbytné zpracovat podnikatelský záměr dostatečně kvalitně, abych banku dokázal přesvědčit. Po zvážení nabídek bank působících v České republice jsem se rozhodl požádat o podnikatelský úvěr Komerční banku, a. s.

#### Jde o **PROFI ÚVĚR** s těmito parametry:

- **splatnost:** střednědobý úvěr se splatností do pěti let
- **účel:** především k nákupu hmotného investičního majetku a k profinancování provozních potřeb.
- **čerpání úvěru:** postupně na základě předložených faktur a prokázání vynaložených nákladů

- **spláčení:** odklad splátek do prosince 2012, pravidelné měsíční anuitní splátky od ledna 2013 do prosince 2016
- **zajištění úvěru:** avalovanou krycí blankosměnkou (29)

Náklady spojené s úvěrem lze rozdělit na 3 skupiny.

- Především jde o **splátku jistiny**. Byl dohodnut odklad spláčení do prosince 2012. Celkem proběhne 48 měsíčních splátek po Kč 8 333,- + úroky. Poslední splátka bude realizována v prosinci 2016. Podrobnosti jsou uvedeny v tabulce číslo 12.

**Tabulka 10 - Spláčení úvěru**

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Zůstatek úvěru k 31. 12.</b>	400 000	300 000	200 000	100 000	-	-

*Zdroj: Vlastní zpracování*

- Při výpočtu **úrokových nákladů** bylo uvažováno s úrokovou sazbou 11 %. Výše těchto nákladů postupně klesá tak, jak je úvěr splácen a snižuje se jistina. V letech 2012 a 2013 činí Kč 44 000,- ročně, v roce 2014 Kč 33 000,- v roce 2015 Kč 22 000,- a v roce 2016 Kč 11 000,-.

**Tabulka 11 - Náklady na úvěr**

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Úrokové náklady	44 000	44 000	33 000	22 000	11 000	-
Poplatky	8 640	6 240	8 760	10 080	10 080	4 800
<b>Celkem</b>	<b>52 640</b>	<b>50 240</b>	<b>41 760</b>	<b>32 080</b>	<b>21 080</b>	<b>4 800</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Menší, ale nezanedbatelnou, položku nákladů tvoří **bankovní poplatky**, které se vztahují k poskytnutému úvěru a vedení podnikatelského účtu. Při stanovení jejich výše

jsem vycházel z platného sazebníku Komerční banky. V roce 2012 činí bankovní poplatky Kč 8 640,- a skládají se z těchto položek: poplatek za realizaci úvěru Kč 2 400,-, spravování úvěru Kč 3 600,-, vedení úvěrového účtu Kč 240,-, za vedení běžného účtu (profiúčet) 2 400,- Kč. V roce 2013 již samozřejmě není počítáno s jednorázovým poplatkem za realizaci úvěru. Od roku 2014 je uvažováno s vyššími poplatky tak, jak se průběžně zvyšují ceny bankovních služeb. (30)

**Tabulka 12. Poplatky za úvěr**

<b>Poplatky za úvěr/roky</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Poplatek za realizaci úvěru	2 400	-	-	-	-	-
Spravování úvěru	3 600	3 600	4 800	4 800	4 800	-
Poplatek za vedení úvěrového účtu	240	240	360	480	480	-
Poplatek za vedení běžného účtu (Profiúčet)	2 400	2 400	3 600	4 800	4 800	4 800
<b>Poplatky celkem</b>	<b>8 640</b>	<b>6 240</b>	<b>8 760</b>	<b>10 080</b>	<b>10 080</b>	<b>4 800</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

### 5.7.3 Tvorba zisku

Níže uvedené tabulky přehledně porovnávají všechny tři varianty v položkách „náklady, výnosy, zisk před zdaněním/ztráta, čistý zisk/ztráta“.

#### ➤ Realistická varianta

**Tabulka 13 - Tvorba zisku - realistická varianta**

<b>Roky/Kč</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Náklady</b>	1 847 482	1 367 565	1 435 495	1 454 385	1 518 605	1 446 035
<b>Výnosy</b>	781 400	1 299 660	1 580 160	1 987 200	2 206 240	2 576 400
<b>Zisk/Ztráta</b>	- 1 066 082	- 67 905	144 665	532 815	687 635	1 130 365
<b>Zisk po zdanění</b>	-	-	117 179	431 580	556 985	915 596

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Podle tohoto modelu bude podnikání ziskové v roce 2014, tedy cca 2 roky po zahájení činnosti.

➤ **Optimistická varianta**

**Tabulka 16 - Tvorba zisku - optimistická varianta**

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Náklady	1 847 482	1 367 565	1 435 495	1 454 385	1 518 605	1 446 035
Výnosy	1 206 720	1 827 428	2 178 352	2 774 168	3 069 760	3 497 328
Zisk/Ztráta	- 640 762	459 863	742 857	1 319 783	1 551 155	2 051 293
Zisk po zdanění	-	372 489	601 714	1 069 025	1 256 436	1 661 548

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Po výpočtu optimistické varianty je patrné, že by již po prvním roce firma měla být zisková.

➤ **Pesimistická varianta**

**Tabulka 17 - Tvorba zisku - pesimistická varianta**

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Náklady	1 847 482	1 367 565	1 435 495	1 454 385	1 518 605	1 446 035
Výnosy	475 520	853 176	1 054 416	1 322 664	1 503 840	1 802 784
Zisk/Ztráta	- 1 371 962	- 514 389	- 381 079	- 131 721	- 14 765	356 749
Zisk po zdanění	-	-	-	-	-	288 967

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Dle výpočtů pesimistické varianty jsem došel k zjištění, že při tak nízké návštěvnosti členů i nečlenů by firma dosahovala zisku až v roce 2016.

#### 5.7.4 Finanční analýza

##### ➤ Doba návratnosti

Tabulka s vypočtenými hodnotami o době návratnosti je obsahem přílohy č. 4., která dává přehled o vývoji čistého peněžního toku. Záporná hodnota čistého peněžního toku vzniká v prvním roce podnikání v souvislosti s vynaložením nutných nákladů. Postupným nárůstem příjmů se v roce 2013 úroveň tohoto ukazatele zlepšuje a dosahuje zisku. Od roku 2015 je již výše kumulovaného čistého peněžního toku trvale příznivá.

##### ➤ Analýza bodu zvratu

Celkové fixní náklady za roky 2012 až 2017 jsem vyčíslil na Kč 9 069 565,-. Prodejní cena se rovná průměrnému počtu návštěv ve sledovaném období. Vycházím z předpokladu, že zákazník bude navštěvovat mé fitness centrum průměrně třikrát týdně, což dělá 864 návštěv za šest let.

Jelikož měsíční nájem zahrnuje i cenu energií (fixní náklady), budu počítat s nulovými variabilními náklady na jednoho člena. Například pokud dojde ke zvýšení ceny vody, mě jako nájemce, se tato změna netýká.

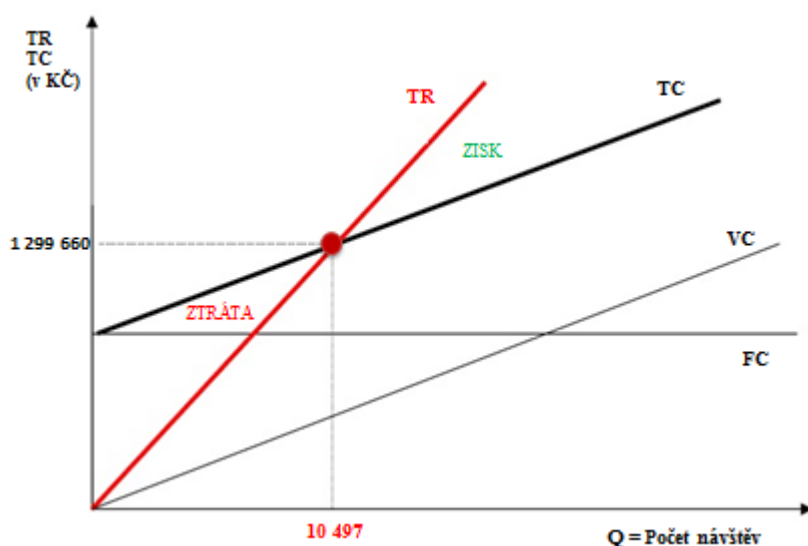
**Výpočet bodu zvratu je následující:**

$$Q_{BZ} = \frac{F_N}{c - v}$$

$$Q_{BZ} = \frac{9\,069\,565}{864} = 10\,497 \text{ návštěv}$$

Z výše uvedeného výpočtu je patrné, že až po překročení hranice 10 497 návštěv začne být fitness centrum ziskové. Pro ilustraci jsem uvedl graf č. 7, znázorňující analýzu bodu zvratu.

Graf 7 – Bod zvratu Fitness centra Paráda, s.r.o.



Zdroj: Vlastní zpracování

## 6 Vyhodnocení podnikatelského záměru

Po provedení jednotlivých analýz jsem dospěl k závěru, že firma má reálnou šanci na úspěch. Výsledky jednotlivých analýz jsou vcelku pozitivní. Předpokládám tedy, že o služby, které moje firma nabízí, bude zájem. Náklady a výnosy by se měly podle mých propočtů vyrovnat poměrně brzy. Firma tedy bude vykazovat zisk již na konci druhého roku svého působení. Firma by se měla etablovat na trhu po relativně krátké době. Na otázku, kterou jsem si položil již na začátku podnikatelského závěru, **zda se firma bude schopna etablovat na trhu**, tedy odpovídám ANO.

Dále je třeba odpovědět na otázku, **jestli bude firma schopna konkurovat ostatním firmám v regionu, které se zabývají stejnou nebo podobnou činností**. Podle výsledků, ke kterým jsem při analýze dospěl, odpovídám ANO. Firma bude mít velkou konkurenční výhodu, jelikož bude působit v Hulíně jako jediná ve svém oboru.

Odpověď na otázku, **zda bude firma generovat dostatečné finanční prostředky** nejen k zabezpečení bezproblémového fungování firmy, řádného splácení

úvěru a v neposlední řadě uspokojení vlastních potřeb realizátora projektu je ANO. Soudím tak proto, že firma by měla poměrně brzy dosahovat zisku nutného zejména k zajištění provozu společnosti a splácení úvěru.

Po zodpovězení výše uvedených otázek si troufám tvrdit, že můj podnikatelský návrh je perspektivní, provozuschopný a má reálnou šanci na úspěch.

## **7 Časový plán jednotlivých kroků při založení firmy**

- Červenec 2012 - založení společnosti Fitness centrum Paráda, s.r.o. sepsáním společenské smlouvy
- Srpen 2012 – žádost o bankovní úvěr
- Září 2012 – uzavření smlouvy o pronájmu prostor, kde bude firma působit
- Říjen 2012 – úpravy, nezbytné pro chod posilovny, nákup strojů včetně montáže
- Listopad 2012 – dokončení úprav a montáže
- Prosinec. 2012 - otevření fitness centra

## Závěr

Cílem mé bakalářské práce bylo zpracování podnikatelského záměru na zřízení fitness centra a vyhodnocení jeho reálnosti. Musel jsem vzít v úvahu všechny známé skutečnosti, které by mohly mít vliv na úspěšnost firmy.

V současné době již funguje mnoho podnikatelských subjektů, které se podobnou činností zabývají. Stále je však možné najít místa, kde tyto aktivity chybí. Právě takovým místem je Hulín, který je významným železničním uzlem a přes poměrně nízký počet obyvatel zde sídlí několik průmyslových podniků. Mnoho zaměstnanců sem dojíždí za prací. Především lidé v aktivním věku se jeví jako vhodní potenciální zákazníci. Konkurenční firmy neprovozují svou činnost přímo v Hulíně, ale v jeho okolí – Kroměříži, Holešově a vzdálenějších městech.

Pro rozhodnutí o realizaci podnikatelského záměru bylo velmi důležité vyhodnotit ekonomická kritéria. Do svého podnikatelského plánu jsem pečlivě zahrnul všechny nezbytné náklady. U výnosů jsem propočítal 3 možné varianty – pesimistickou, optimistickou a realistickou. Jako vhodný model jsem pro aplikaci zvolil variantu realistickou. Celkové zdroje k financování podnikání budou tvořeny především vlastními zdroji firmy a také podnikatelským úvěrem. O předpokládané ekonomické situaci firmy dává přehled ukazatel doby návratnosti. Po třech letech podnikání je čistý kumulovaný zisk příznivý. Nedílnou součástí mého podnikatelského záměru byly také obchodní, marketingový a organizační plán.

Ze zpracovaného podnikatelského záměru je zřejmé, že **projekt je reálný**, ekonomicky výhodný a vložené finanční prostředky jsou v poměrně krátké době návratné. Vyhotovený podnikatelský záměr splnil svůj účel.

## Seznam použitých zdrojů

- [1] BLACKWELL, E. *Podnikatelský plán*. Přeložil: Jiří Tolman. 1. vyd. Praha: Readers International Prague, 1993. 134 s. ISBN 80-901454-1-8.
- [2] DEDOUCHOVÁ, M. *Strategie podniku*. 1. vyd. Praha : C.H. Beck, 2001. 256 s. ISBN 80-7179-603-4.
- [3] ELIÁŠ, K. *Obchodní společnosti*. Praha: C. H. Beck Praha, 1994. 340 s. ISBN 80-7049-090-X, ISBN 3-406-38278-9.
- [4] HISRICH, R.D. - PETHERS, M.P. *Založení nového podniku*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996, 501 s. ISBN 80-85865-07-6.
- [5] JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing - Strategické trendy*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- [6] KISLINGEROVÁ, E. *Manažerské finance*. 3. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. 826 s. ISBN 978-80-7400-194-9.
- [7] KORÁB, V., PETERKA, J. a REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 2007. 216 s. ISBN 80-2511-60-5-0.
- [8] KOTLER, P. *Marketing management*. Přeložil: V. Dolanský. 1.vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. 789 s. ISBN 80-85424-83-5.
- [9] KOTLER, P. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [10] KŘENOVSKÝ, M., Drdla, M. *Strategické řízení firemních informací. Teorie pro praxi*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2003. 187 s. ISBN 80-7179-730-8.
- [11] LANG, H. *Manažerské účetnictví: Teorie a praxe*. Praha: C. H. Beck, 2005. 216 s. ISBN 80-7179-419-8.
- [12] MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. 3. vyd. Praha. Grada Publishing, a.s., 2009. 196 s. ISBN 978-80-247-2986-2.
- [13] POPESKO, B. *Moderní metody řízení nákladů: Jak dosáhnout efektivního vynakládání nákladů a jejich snížení*. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2974-9.
- [14] SCHOLEROVÁ, H. – *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. 256 s. ISBN 978-80-247-2424-9.

- [15] SMITH P. – *Moderní marketing*. Computer Press 2000. 518 s. ISBN 80-7226-252-1.
- [16] STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. 200 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- [17] SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kol. *Základy podnikání*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [18] SYNEK, M., KISLINGEROVÁ, E. a kol. *Podniková ekonomika*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. 502 s. ISBN 978-80-7400-336-3.
- [19] SYNEK, M. a kol. – *Podniková ekonomika* 4. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 475 s. ISBN 80-7179-892-4.
- [20] SYNEK, M. a kol. *Nauka o podniku*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1997. 384 s. ISBN 80-7079-776-2.
- [21] TOMEK, G., VÁVROVÁ, V. *Řízení výroby a nákupu*, 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 378 s. ISBN 978-80-247-1479-0.
- [22] VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*, 2. vyd. Praha 2008. Grada Publishing, a.s., 320 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [23] ZAMAZALOVÁ, M. *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2009. 232 s. ISBN 978-80-247-2049-4.
- [24] ZAMAZALOVÁ, M. a kol. *Marketing*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010., 499 s. ISBN 978-80-7400-115-4.

#### **Webové stránky:**

- [25] Česká národní banka: *Měnová politika – prognóza. 2012* [cit. 2012-04-10]. Dostupný z WWW: <[http://www.cnb.cz/cs/menova\\_politika/prognoza/index.html](http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/index.html)>.
- [26] Český statistický úřad: *Statistické ročenky české republiky [online]. 2012* [cit. 2012-04-15]. Dostupný z WWW: <[http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/statisticke\\_rocenky\\_ceske\\_republiky](http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/statisticke_rocenky_ceske_republiky)>.
- [27] *Ide-vše: Podnikatelský plán [online]. 2011* [cit. 2011-11-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.ide-vse.cz/podnikatelsky-plan.html>>.

- [28] *iPodnikatel: Jak v podnikání (ne)zkrachovat [online]. 2011 [cit. 2008-8-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.ipodnikatel.cz/Ukonceni-podnikani/jak-v-podnikani-nezkrachovat.html>>.*
- [29] *Komerční banka: Profi úvěr fix. 2012 (cit. 2012-04-19). Dostupný z WWW: <<http://www.kb.cz/cs/firmy/firmy-s-obratem-pod-60-milionu/profi-uver-fix.shtml>>.*
- [30] *Komerční banka: Sazebník. 2012 [cit. 2012-04-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.sazebnik-kb.cz/file/cms/cs/sazebniky/kb-sazebnik-2.pdf?20120416073139>>.*
- [31] *Koučing firem: Podnikatelský plán [online]. 2011 [cit. 2011-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.koucinkfirem.eu/podnikatelsky-zamer.html>>.*
- [32] *Managementmania: Analýza bodu zvratu [online]. 2011 [cit. 2011-09-26]. Dostupný z WWW: <<http://managementmania.com/analyza-bodu-zvratu>>.*
- [33] *MILÁČEK, M. SWOT analýza [online]. 2002 [cit. 2011-10-10] Dostupný z WWW: <<http://www.stavebnitechnologie.cz/view.php?cislocclanku=2002041701>>.*
- [34] *Občanský zákoník justice: Úvodní stránka [online]. 2012 [cit. 2012-04-21] Dostupný z WWW: <<http://obcanskyzakonik.justice.cz/cz/uvodni-stranka.html>>.*
- [35] *Odhad online: Statistické informace: Hulín [online]. 2010 [cit. 2012-02-21] Dostupný z WWW: <<http://www.odhadonline.cz/statistika-kriminalita-nezamestnanost-prumerna-mzda-nemoci-obec-hulin-okr-kromeriz/>>.*
- [36] *Podnikatel: Zákon o obchodních korporacích prošel sněmovnou [online]. 2011 [cit. 2012-04-21] Dostupný z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/zakon-o-obchodnich-korporacich-prosel-snemovnou/>>.*
- [37] *Strategie.rect.muni: Návod pro SWOT analýzu [online]. 2011 [cit. 2011-11-10]. Dostupný z WWW: <<http://strategie.rect.muni.cz/?cs/Hodnoceni-studijnich-oboru/Jak-psat-SWOT-analyzu>>.*
- [38] *VENCL, J. Jaké vlastnosti musí mít podnikatelé [online]. 2011 [2011-07-18]. Dostupný z WWW: <<http://profibiz.cz/content/jake-vlastnosti-musi-mit-podnikatele-264/>>.*
- [39] *VLACH, R. Podnikatelský záměr [online]. 2006 [cit. 2006-10-6]. Dostupný z WWW: <<http://navolnenoze.cz/blog/podnikatelsky-zamer/>>.*
- [40] *ZIKMUND, M. Porterova analýza 5 sil vám prozradí, co ovlivní váš business [online]. 2011 [2011-01-06]. Dostupný z WWW:*

<<http://www.businessvize.cz/planovani/porterova-analyza-5-sil-vam-prozradi-co-ovlivni-vas-business>>.

### **Legislativní předpisy:**

[41] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění.

[42] Zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích).

[43] Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník.

[44] Zákon č. 337/1992 Sb., o správě daní a poplatků.

[45] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v platném znění.

### **Seznam grafů:**

- Graf 1** - Informace o vývoji počtu obyvatel ve městě Hulín
- Graf 2** - Věková struktura obyvatelstva v Hulíně
- Graf 3** - Průměrné mzdy v kraji
- Graf 2** - Očekávaný vývoj výnosů v jednotlivých letech
- Graf 5** - Očekávaný vývoj nákladů v jednotlivých letech
- Graf 6** - Předpokládaný vývoj zisku/ztráty v jednotlivých letech
- Graf 7** - Bod zvratu Fitness centra Paráda, s.r.o.

### **Seznam obrázků:**

- Obrázek 5** - Uživatelé podnikatelského plánu
- Obrázek 6** - Obchodní společnosti
- Obrázek 3** - Analýza SLEPT
- Obrázek 4** - Porterova analýza konkurenčních sil
- Obrázek 7** - Analýza bodu zvratu
- Obrázek 8** - Organizační struktura

### **Seznam tabulek**

- Tabulka 14** - Analýza SWOT
- Tabulka 2** - Základní informace o městě Hulín
- Tabulka 15** - Ceník služeb
- Tabulka 16** - Marketingový rozpočet
- Tabulka 17** - Informace o provozovně
- Tabulka 18** - Počet návštěv od nečlenů - realistická varianta
- Tabulka 19** - Předpokládaný počet členů - realistická varianta
- Tabulka 20** - Odhadované tržby za permanentky a doplňkové zboží - realistická varianta
- Tabulka 21** - Celkové výnosy – realistická varianta
- Tabulka 10** - Celkové výnosy - pesimistická varianta
- Tabulka 11** - Celkové výnosy - optimistická varianta
- Tabulka 22** - Splácení úvěru
- Tabulka 23** - Náklady na úvěr
- Tabulka 24** - Poplatky za úvěr
- Tabulka 25** - Tvorba zisku - realistická varianta
- Tabulka 16** - Tvorba zisku - Optimistická varianta
- Tabulka 17** - Tvorba zisku - pesimistická varianta

### **Seznam příloh**

- Příloha č. 1** - Náklady
- Příloha č. 2** - Seznam strojů a zařízení
- Příloha č. 3** - Předpokládaný vývoj zisku/ztráty v jednotlivých letech
- Příloha č. 4** - Doba návratnosti

## Přílohy:

### Příloha č. 1 – Náklady

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nájemné	316 800	316 800	356 400	356 400	396 000	396 000
<b>Mzdové náklady (bez odvodů)</b>	-	-	-	-	-	-
Jednatel - zam.	252 000	264 000	276 000	288 000	300 000	312 000
Trenér	204 000	216 000	228 000	234 000	240 000	252 000
<b>Mzdové náklady bez odvodů celkem</b>	456 000	480 000	504 000	522 000	540 000	564 000
Mzdové náklady celkem + odvody (34%)	611 040	643 200	675 360	699 480	723 600	755 760
Náklady na účetnictví	50 000	52 000	54 000	56 000	58 000	60 000
Náklady na marketing (reklama)	25 000	25 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Odpisy	71 352	148 325	150 975	153 225	157 675	162 125
Poplatky z úvěru a vedení účtu	8 640	6 240	8 760	10 080	10 080	-
Úroky z úvěru	44 000	44 000	33 000	22 000	11 000	-
Splátka jistiny (úvěru)	-	100 000	100 000	100 000	100 000	-
Provozní náklady, náklady na údržbu	2 000	2 000	2 000	2 200	2 250	2 350
Náklady na rekonstrukci	70 000	10 000	15 000	15 000	20 000	25 000
Náklady na nákup strojů	648 650	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
<b>Náklady celkem</b>	<b>1 847 482</b>	<b>1 367 565</b>	<b>1 435 495</b>	<b>1 454 385</b>	<b>1 518 605</b>	<b>1 446 035</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

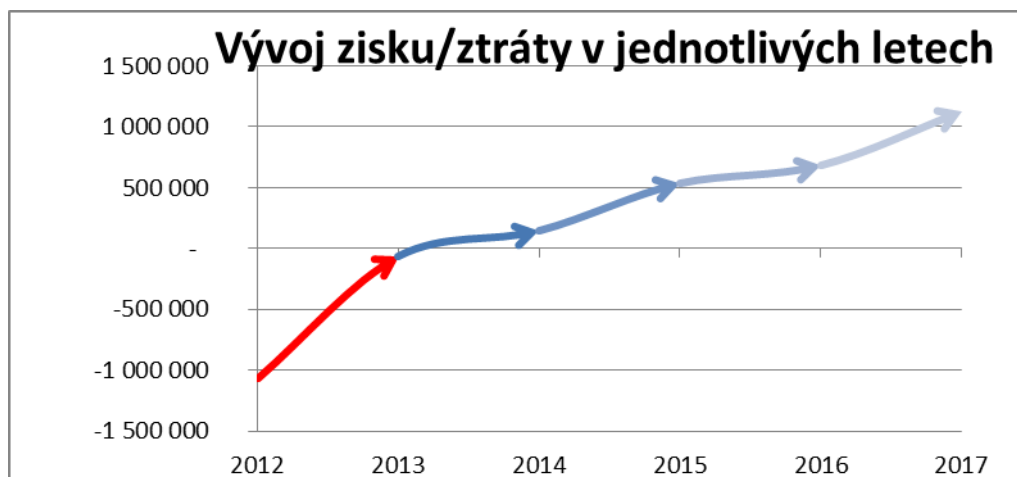
Příloha č. 2 – Seznam strojů a zařízení

Druh vybavení	Cena v Kč	Cena za kus v Kč	Počet kusů
Žebřiny	5 550	1 850	3
<b>Tyče</b>			
Tyč na velkou nakládací činku 170	1 550	775	2
Tyč na velkou nakládací činku 150	750	750	1
Z - tyč	650	650	1
Závitová jednoruční tyč	4 500	450	10
Ostatní tyče	2 500	250	10
<b>Kotouče</b>			
Kotouč 0,5 kg 29kč	1 856	232	8
Kotouč 1,25 kg 55kč	232	29	8
Kotouč 2,5 kg 101kč	808	55	8
Kotouč 5 kg 189Kč	440	101	8
Kotouč 10 kg 512 Kč	808	189	8
Kotouč 20 kg 655Kč	4 096	512	8
Ostatní činky	2 000	200	10
<b>Stroje na procvičení břicha</b>			
Posilovač břišních svalů inSPORTline AB Perfect	1 780	890	2
Kettler edition MEDIC břišní	7 990	7 990	1
Kettler LINEO	2 290	2 290	1
<b>Stroje na procvičení kvadricepsů</b>			
Stojany na dřepy s olympijskou činkou, Multipress	14 500	14 500	1
Leg-press	13 500	13 500	1
Hacken-dřepy	14 500	14 500	1
Peck Deck	11 300	11 300	1
<b>Stroje na procvičení zádových svalů</b>			
Kettler CUP - lavice na veslování	4 990	4 990	1
Hrazda pro shyby	je započítána		
Horní a spodní zádová kladka	19 980	9 990	2
Lavička na hyperextenze,	3 490	3 490	1
<b>Stroje na procvičení prsních svalů</b>			
HAMMER BERMUDA XT - Lavice pro bench press	9 980	4 990	2

Šikmá polohovací lavice	10 000	5 000	2
Keys Fitness KF-CC - Protisměrné kladky	46 990	46 990	1
Multipress	107 080	53 540	2
<b>Stroje na procvičení ramen</b>			
inSPORTline SUB1156 ŠIKMÁ POLOHOVACÍ LAVICE	3 500	1 750	2
Multipress	je započítána		
<b>Stroje na procvičení bicepsů a tricepsů</b>			
Kettler BICEPSOVÁ OPĚRKA	1 490	1 490	1
Scotova lavice	4 990	4 990	1
<b>Stroje na procvičení lýtek</b>			
Insportline GSCR349 Posilovač lýtek	9 890	9 890	1
<b>Solárium</b>	165 000	165 000	1
<b>CARDIO STROJE</b>			
<b>Steppery</b>			
Twist Stepper inSPORTline	4 770	1 590	3
Cyklotrenažery			
Cyklotrenažér Kettler GIRO S	41 970	13 990	3
Cyklotrenažér FORMERFIT 4700X	38 970	12 990	3
Cyklotrenažér inSPORTline Kapara	27 980	13 990	2
Běžecské pásy			
Formerfit 6860 + podložka pod běhátko	55 980	27 990	2
<b>Celkem</b>	<b>648 650</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování na základě průzkumu cen strojů pro vybavení fitness center*

**Příloha č. 3 - Předpokládaný vývoj zisku/ztráty v jednotlivých letech**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Příloha č. 4 - Doba návratnosti**

Roky/Kč	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Příjmy celkem</b>	781 400	1 299 660	1 580 160	1 987 200	2 206 240	2 576 400
<b>Výdaje celkem</b>	1 776 130	1 219 240	1 284 520	1 301 160	1 360 930	1 283 910
<b>Čistý peněžní tok</b>	- 994 730	80 420	295 640	686 040	845 310	1 292 490
<b>Kumulovaný čistý peněžní tok</b>	- 994 730	- 914 310	- 618 670	67 370	912 680	2 205 170

*Zdroj: Vlastní zpracování*