



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV EKONOMIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF ECONOMICS

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR – ZALOŽENÍ RELAXAČNÍHO CENTRA

BUSINESS PLAN – ESTABLISHMENT OF A RELAX CENTER

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

KAMILA SPURNÁ

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. TOMÁŠ HERALECKÝ, Ph.D.

BRNO 2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Spurná Kamila

Ekonomika podniku (6208R020)

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

Podnikatelský záměr – založení relaxačního centra

v anglickém jazyce:

Business Plan – Establishment of a Relaxation Center

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza současného stavu
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Seznam odborné literatury:

- FOTR, J. a I. SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- KISLINGEROVÁ, E. a kol. Manažerské finance. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010, 811 s. ISBN 978-80-7400-194-9.
- SYNEK, M. a kol. Manažerská ekonomika. 4. vyd. Praha: Grada, 2007, 464 s. ISBN 978-80-247-1992-4.
- VALACH, J. Investiční rozhodování a dlouhodobé financování. 3. vyd. Praha: Ekopress, 2010, 513 s. ISBN 978-80-86929-71-2.
- VEBER, J. a J. SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3. vyd. Praha: Grada, 2012, 304 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

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

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

L.S.

doc. Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.
Ředitel ústavu

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

V Brně, dne 28.2.2015

ABSTRAKT

Hlavním cílem této bakalářské práce je zpracování podnikatelského záměru pro založení relaxačního centra v městě Brno. Zabývá se problematikou analýzy vnitřního a vnějšího prostředí, průzkumem trhu a konkrétními návrhy na uskutečnění. Účelem práce je posoudit, zda bude záměr realizovatelný či nikoliv.

ABSTRACT

The main object of the thesis is a the create a business plan for setting up a relaxation center in the town Brno. It deals with issues of analysis of internal and external environment, market research and concrete proposals for implementation. The purpose of this work is to assess whether the project will be feasible or not.

KLÍČOVÁ SLOVA

Podnikatelský záměr, relaxační centrum, SWOT analýza, SLEPT analýza, zdravý životní styl

KEYWORDS

Business plan, relaxation centre, SWOT analysis, SLEPT analysis, healthy lifestyle

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

SPURNÁ, K. *Podnikatelský záměr – založení relaxačního centra*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2015, 67 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

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

V Brně dne 12. května 2015

.....

Podpis autora

PODĚKOVÁNÍ

Moc ráda bych poděkovala mému vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Tomáši Heraleckému, Ph.D. za jeho odborné vedení, ochotu, cenné rady a připomínky v průběhu zpracování této bakalářské práce.

Obsah

ÚVOD.....	10
CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ.....	11
1 Teoretická východiska práce	12
1.1 Podnikání.....	12
1.2 Podnikatel.....	12
1.3 Podnik	13
1.4 Podnikatelský plán	13
1.5 Struktura podnikatelského plánu.....	14
1.6 Právní forma podnikání.....	15
1.7 SWOT analýza	15
1.8 Analýza vnějšího prostředí.....	16
1.8.1 Porterův model pěti sil.....	16
1.8.2 PEST analýza.....	18
1.9 Analýza vnitřního prostředí.....	19
1.10 Marketingový mix	20
1.10.1 Produkt nebo služba (product).....	20
1.10.2 Cena (price).....	20
1.10.3 Distribuce (place).....	20
1.10.4 Propagace (promotion)	21
1.11 Metody hodnocení efektivnosti investic.....	22
1.11.1 Metody statické.....	22
1.11.2 Metody dynamické	23
1.12 Analýza rizika.....	26
1.13 Zdroje financování.....	26
1.13.1 Vnitřní zdroje financování	26

1.13.2	Vnější zdroje financování	26
2	ANALYTICKÁ ČÁST	29
2.1	SWOT analýza	29
2.2	PEST analýza	31
2.3	Porterův model pěti sil	33
3	VLASTNÍ NÁVRH ŘEŠENÍ	35
3.1	Popis podniku.....	35
3.2	Charakteristika podniku	35
3.3	Umístění relaxačního centra.....	36
3.4	Průzkum trhu.....	36
3.5	Marketingový mix.....	43
3.6	Finanční plán.....	47
3.6.1	Náklady.....	47
3.6.2	Odhad očekávaných tržeb v prvním roce	53
	ZÁVĚR	60
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	62
	SEZNAM TABULEK	64
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	65
	SEZNAM GRAFŮ	66
	SEZNAM PŘÍLOH.....	67

ÚVOD

Cílem této práce je vytvořit fungující a prosperující společnost na trhu. Bude tedy zapotřebí vytvořit reálný, podrobně zpracovaný podnikatelský plán, který nám odpoví, zda je záměr ekonomicky výhodný a proveditelný. Důležitou součástí podnikatelského plánu je finanční plán, v kterém popíšete náklady, výnosy a zvolíte formu financování.

Společnost sídlí v centru Brna v Židenicích, tudíž nebude pro většinu zákazníků problém dostat se na místo autem, autobusem či tramvají. V okolí relaxačního centra je mnoho parkovacích míst.

Ve společnosti zaměstnám nadšené a oddané zaměstnance společnému záměru. Je zapotřebí mít moderní, technické vybavení a zajímavou škálu nabízených služeb, jako je třeba zrcadlový sál s nabídkou sportů - jóga, tai-či, jumping, cvičení pro uvolnění stresu a dalšími zajímavými sporty. Velmi oblíbené se stává posilování, proto jsem do nabídky zařadila posilovnu a kruhové tréninky. Ve firmě bych chtěla propagovat zdravý životní styl, formou nabídky čerstvého ovoce a zeleniny po cvičení nebo relaxaci. Propracovaná nabídka pro všechny věkové kategorie může zajistit lepší rozvoj firmy. Je třeba, aby se společnost dostala do povědomí budoucích zákazníků pomocí efektivní propagace.

Práce se bude skládat ze tří částí, z teoretické, analytické a praktické.

CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ

Hlavním cílem této práce je vytvořit kvalitní a ucelený podnikatelský záměr pro založení firmy v největším městě na Moravě, v Brně. Jedná se o relaxační centrum, které by mělo mít všechny nezbytné činnosti, prostřednictvím kterých dostane podnikatelský záměr reálnou podobu a skrze ni bude mít schopnost udržet se na současném trhu. Společnost se bude snažit uchvátit okolí a přijít s něčím zajímavým. Práce bude rozdělena do tří částí.

Teoretická část bude vycházet z odborných poznatků literatury. Jsou zde pojmy jako podnikatel, podnikání, velmi důležitá část teorie je struktura podnikatelského plánu, dále analýza vnějšího a vnitřního prostředí, marketingový mix, metody hodnocení investic, zdroje financování, zpracované informace, které nám dále poslouží jako podklad pro analytickou část.

V analytické části vycházíme z teoretické části, je zde zpracována SWOT analýza, kde je přehled o vnitřních (silné, slabé stránky) a vnějších faktorech prostředí (příležitosti a hrozby), PEST analýza popisující makrookolí a Porterův model pěti sil, kde jsou analyzováni stávající konkurenti.

Pro důkladnější zpracování tématu vycházím v praktické části z průzkumu trhu, který pomůže zjistit, jaké služby si potencionální zákazníci přejí. Poté si vyberu ze dvou rozdílných možností financování. Každá varianta bude popsána a zjistím její možnou realizaci. Z těchto informací si zvolím nejvhodnější zdroj financování, a poté zdůvodním, proč byla právě zvolená varianta vybrána. Nakonec zhodnotím, zda je projekt realizovatelný či nikoliv.

Přínosem této bakalářské práce, jestliže by se jí podařilo zrealizovat, by bylo využití volného času relaxací, či pohybem návštěvníků, kteří by zavítali do relaxačního centra. Mělo by to za následek zvýšení a zlepšení psychické i fyzické kondice, která je v dnešní uspěchané době velice potřebná.

1 Teoretická východiska práce

Teoretická část je nezbytná pro vypracování analytické a praktické části. Popíši zde pojmy podnikání, podnikatel, objasním náležitosti a cíle podnikatelského plánu, poté zmíním potřebné analýzy a financování.

1.1 Podnikání

K rysům podnikání patří například cílevědomá činnost, iniciativní, kreativní přístupy, praktický přínos, užitek, přidaná hodnota. Cílem podnikání je maximalizace zisku. Od zisku jsou poté odvozeny i ukazatelé k hodnocení úspěšnosti podniku, mezi ně patří ukazatele rentability investovaného kapitálu, které se používají k měření úrovně plnění cílů podnikání a hodnocení jeho výkonnosti. (1),(2)

Pojem podnikání v běžném slovníku zcela zdomácněl, ale jeho vysvětlení není tak jednoduché:

- Ekonomické pojetí – podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, s cílem zvýšení jejich původní hodnoty. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty.
- Psychologické pojetí – podnikání je činnost motivovaná potřebou něco získat, něco dosáhnout, vyzkoušet, něco splnit. Podnikání je v tomto pohledu prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, postavení se na vlastní nohy.
- Sociologické pojetí – podnikání je vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí.
- Právnícké pojetí – *podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.* (1)

1.2 Podnikatel

Pro tento pojem existuje řada definic:

- Osoba realizující podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu

- Osoba schopna rozpoznat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotná podstoupit tomu odpovídající rizika
- Iniciátor a nositel podnikání – investuje své prostředky, čas, úsilí a jméno, přebírá odpovědnost, nese riziko s cílem dosáhnout svého finančního a osobního uspokojení (1)

Podnikatel dle zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v §2 je:

- Osoba zapsaná v obchodním rejstříku
- Osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění
- Osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů
- Fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu (1)

1.3 Podnik

- Je subjekt, který je charakteristický přeměnou zdrojů (vstupů) ve statky (výstupy)
- je to uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot, které slouží podnikateli k provozování podnikatelských aktivit

Právně – jako soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit. (1)

1.4 Podnikatelský plán

Písemný dokument zpracovaný podnikatelem, popisující všechny podstatné vnější i vnitřní faktory související se zahájením podnikatelské činnosti či fungováním existující firmy. Slouží jako podklad pro rozhodování, kdy podnikatel firmu zakládá, kdy firma stojí před velkými změnami, například velká investice, sloučení s jiným podnikatelským subjektem, rozdělení firmy na části apod. Musí být srozumitelný, logický, uváženě stručný, pravdivý a reálný a musí se respektovat riziko. (1)

1.5 Struktura podnikatelského plánu

- Titulní strana – stručný výklad, uvádíme název a sídlo společnosti, jména podnikatelů a spojení na ně, popis společnosti a povaha podnikání, způsob financování a jeho struktura
- Exekutivní souhrn – má rozsah několika stránek. Úkolem je zaujmout potenciální investory. Investoři se na základě souhrnu rozhodnou, zda si pročtou celý podnikatelský plán a proto je důležité této kapitole věnovat pozornost.
- Analýza odvětví – provádí se především analýza všech významných konkurentů včetně jejich slabých a silných stránek i možností, jak by mohli negativně ovlivnit tržní úspěch nového podniku. Je také nutné analyzovat odvětví z hlediska vývojových trendů, historických výsledků, a zákazníky, na základě provedení segmentace trhu pro vytipování cílového trhu pro nový podnik.
- Popis podniku – uvedený podrobný popis nového podniku, aby si potenciální investor představil jeho velikost a záběr. Prvky jsou výrobky nebo služby, lokalita a velikost podniku, přehled personálu podniku, veškeré kancelářské a technické vybavení.
- Výrobní plán – snaží se zachytit celý výrobní proces. Uvádějí se informace o subdodavatelích, nákladech a uzavřených smlouvách, popis závodu, strojů a zařízení, dále také používané materiály a jejich dodavatelé. Jestliže nejde o výrobní podnik, bude se tento plán nazývat „obchodní plán“, který by měl poskytovat informace o nákupu zboží a služeb.
- Marketingový plán – velmi důležitá kapitola podnikatelského plánu přibližuje, jakým způsobem budou služby či výrobky propagovány, distribuovány a oceňovány. Uvádí se zde odhady objemu služeb nebo produkce, které slouží k odvození odhadu rentability.
- Organizační plán – zde přibližuje formu vlastnictví nového podniku. Je zde shrnuta celá organizace činností uvnitř podniku.
- Hodnocení rizik – při založení nového podniku mohou nastat určitá rizika. V této kapitole se podnikatel snaží rizika analyzovat a připravit alternativní strategie pro případ jejich naskytnutí. (2)
- Finanční plán – určuje objemy investic a ukazuje, zda je podnikatelský plán ekonomicky reálný. Zabývá se těmito oblastmi: počáteční kapitál, který se ptá na otázku, jak velký počáteční kapitál bude potřeba pro spuštění projektu a odkud

ho vezmu, dále náklady a výnosy, zde sestavíme tabulky a grafy o podrobném přehledu výnosů a nákladů na měsíční bázi v prvním roce, předpoklad příjmů a výdajů s výhledem na tři roky a více (cashflow), odhad rozvahy, který ukazuje informace o finanční situaci podniku k určitému datu, řadíme sem i návratnost investice, která bude podrobně rozvedena níže, bod zvratu, který značí, takové množství produkce, při kterém nedosahuje ani zisku ani ztráty, dá se říci, že naznačuje zlom, kdy bychom se měli dostat k ziskovosti. (19)

- Přílohy - zařadíme sem všechny dokumenty, které jsme nezmínili v předchozích kapitolách, řadíme sem finanční výkazy, smlouvy, brožury apod. (2)

1.6 Právní forma podnikání

Společnost s ručením omezeným

- Společnost s ručením omezeným je taková společnost, za jejíž dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše svého nesplaceného vkladu podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku.
- Označení „společnost s ručením omezeným“ nebo zkratka „spol. s r. o.“ nebo „s. r. o.“.
- Podíl společníka se určuje podle poměru jeho vkladu na tento podíl připadající k výši základního kapitálu, ledaže společenská smlouva určí jinak.
- Minimální vklad je 1 Kč.
- Společnost je založena v okamžiku, kdy se společníci dohodnou na obsahu společenské smlouvy a podepíší ji u notáře.
- Společnost vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku. Návrh na zápis musí být podán nejpozději tři měsíce od založení společnosti. (20)

1.7 SWOT analýza

- Je to technika strategické analýzy založená na zvažování vnitřních (silné a slabé stránky) a vnějších faktorů prostředí (příležitosti a hrozby).
- Silné a slabé stránky ohrožují vytvářením nebo snižováním vnitřní hodnoty firmy (aktiva, dovednosti). Vnější faktory – příležitosti a hrozby nejdou tak dobře kontrolovat. K jejich identifikaci může pomoci SLEPT analýza nebo analýza konkurence.

- Je užitečná pro tvůrce strategických plánů. Poskytuje logický rámec pro hodnocení současné a budoucí pozice jejich podniku. (4)

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

Obr. 1: Schéma SWOT analýzy (Zdroj: (4))

Legenda:

SO – využít silné stránky na získání výhody

WO – překonat slabiny využitím příležitostí

ST – využít silné stránky na čelení hrozbám

WT – minimalizovat náklady a čelit hrozbám (4)

1.8 Analýza vnějšího prostředí

V této kapitole rozepíše Porterův model pěti sil a PEST analýzu.

1.8.1 Porterův model pěti sil

Tento model představuje základní faktory, které ovlivňují ziskovost odvětví a působení na firmy. Hrozby představuje silná konkurence a velká rivalita mezi podniky, protože omezují firmy při zvyšování cen a dosahování vyššího zisku, dále velká smluvní síla kupujících, která tlačí cenu dolů, či kupující požadující vyšší kvalitu nebo servis, také velká smluvní síla dodavatelů, kteří mohou zvýšit ceny a podnik musí toto zvýšení zaplatit nebo přistoupit na nižší kvalitu. Opačné situace představují příležitosti pro firmu. Úkolem manažerů je rozpoznat příležitosti i hrozby a formulovat odpovídající strategie. (5)

Vnitřní konkurence

- Neexistují zde konkurenti s významnými nákladovými výhodami
- Fixní náklady vstupu do odvětví a celkové investice s tím spojené jsou nízké
- Jedná-li se o odvětví s větším počtem stejně silných konkurentů
- Výrobky nejsou vzájemně diferencované, k jejich výrobě není třeba například zvláštní know-how, licence apod. (6)

Rivalita mezi současnými konkurenty na trhu

- Jedná se nové, v budoucnu lukrativní odvětví
- Může docházet k cenovým i necenovým válkám kvůli danému trhu, který roste jen málo, popřípadě upadá, poté jsou výrobci nuceni snižovat náklady a zlepšovat služby
- Ziskovost odvětví je velmi malá, konkurenti sledují strategii přežití (6)

Vyjednávací síla odběratelů

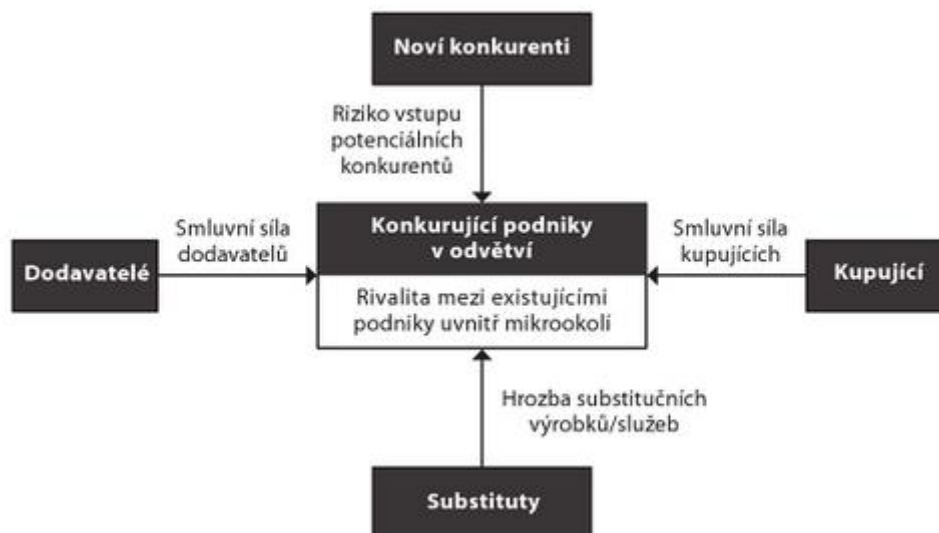
- Zákazník může snadno přejít ke konkurenci (srovnatelné ceny, kvalita)
- Zboží, které zákazník od dodavatele odebírá, není diferencované
- Odběratelé jsou cenově citliví
- Kvalita nehraje při nákupním rozhodování zákazníka velkou roli
- Sklon (ochota) zákazníků přejít na nový produkt (6)

Vyjednávací síla dodavatelů

- Zákazník nemůže uskutečnit tzv. zpětnou integraci, tj. nemůže si dodávaný produkt v případě nouze vyrobit sám nebo si ho zajistit vlastními silami
- Existence náhradních vstupů
- Důležitost dodávek pro dodavatele
- Zákazník nemá potřebné informace z trhu – informace o nabídkách konkurentů dodavatele (6)

Faktory zvyšující hrozbu substitutů

- Pokud firmy nabízející substituty tyto vyrábějí s nižšími náklady, a tedy i s nižšími cenami, než je cena stávajícího výrobku, a užitná hodnota substitutů je přitom srovnatelná
- Pokud firmy nabízející substituty podstatně zvyšují nabídku
- Jsou nízké náklady na přechod od stávajícího výrobku k substitutu (6)



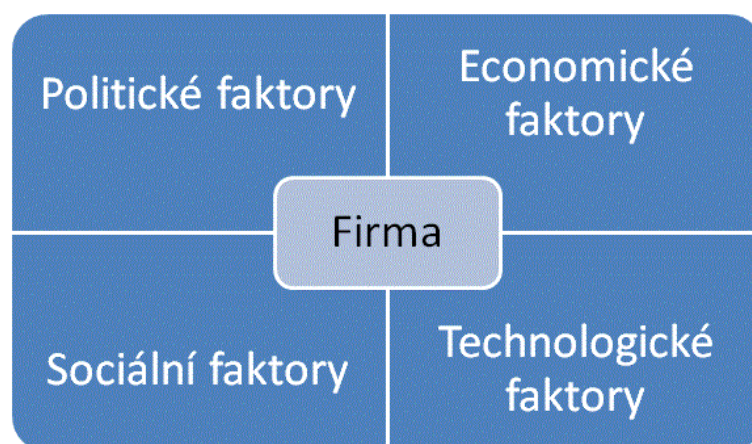
Obr. 2: Porterův model pěti sil (Zdroj: (5))

1.8.2 PEST analýza

Pest analýza je součástí strategického plánování. Popisuje vazby k makrookolí. Nazývá se také SLEPT, SLEPTE, PESTLE a další.

- Politicko-legislativní prostředí – do této oblasti patří to, co souvisí s politickou situací v zemi, ve které podnikáte. Promítají se jednotlivé legislativní předpisy pro podnikání. Mezi příklady faktorů patří regulace vlády, daňová politika, vývoj státního rozpočtu, obchodní a celní zákony, ochrana zdraví a hygiena práce, apod.
 - Ekonomické prostředí - objevují se zde ekonomické podmínky na daném trhu. Projevují se i konkrétní výše daní a jejich vývoj, stabilita měny a měnové kurzy. Patří sem tyto ukazatele – HDP, cykly a fáze ekonomiky, podpora zaměstnanosti, mzdové náklady na daném trhu, úrokové sazby.
 - Sociální prostředí – patří sem životní úroveň a životní styl, ukazatelé jako věk, pohlaví, počet obyvatel, vzdělání a zájem o kulturu, tradice, náboženství apod.
 - Technologické prostředí – zkoumají se zde technologické podmínky pro fungování na trhu. Je dobré zabývat se náklady na výzkum a vývoj implementací nových technologií, vybaveností konkurence, rychlost morálního zastarávání technologie, rozsah prováděných inovací, míra vládní podpory vědy a výzkumu.
- (8),(13)

Mnoho jiných literatur uvádí ještě jeden faktor a tím je ekologie. Investiční výstavbu a použití některých materiálů a norem zásadně ovlivňují ekologické předpisy. Projekty, které jsou šetrné k životnímu prostředí, mohou mít větší úspěšnost v realizaci. Patří sem vnímání ochrany životního prostředí, nakládání s odpady a recyklace, síla a postoje ekologických iniciativ a další. (8)



Obr. 3: PEST analýza (Zdroj: (17))

1.9 Analýza vnitřního prostředí

Výsledkem analýzy je určení silných a slabých stránek firmy. Analýza obsahuje analýzu zdrojů finančních, lidských, materiálních, analýzu struktury v návaznosti na vlivy změn v prostředí, analýzu firemní kultury, analýzu systémů, analýzu schopností a další. (17)

1.10 Marketingový mix

Mezi hlavní složky marketingového mixu patří produkt, cena, distribuce a propagace. Tyto hodnoty se liší v závislostech na odvětví, cíli, podniku, povaze trhu, velikosti podniku. Poslání podniků může spočívat v „poskytnutí maximální hodnoty za danou cenu“, jiní zas „špičkovou kvalitu za vyšší cenu“. Pro každou možnost je možné odlišné složení marketingového mixu, mohou se lišit distribuční kanály či metody reklamy. Marketingový mix se nazývá 4P z pohledu podniku. (2)

Prvky marketingového mixu detailněji:

1.10.1 Produkt nebo služba (product)

Produkt je, dá se říci, vše, co je nabízeno na trhu. Každý produkt se vyznačuje určitými vlastnostmi. Jedná se o balení, značku, vzhled, design, tvar.

- Jádru produktu – představuje základní motivaci kupujícího ke koupi, samotný přínos, který zákazník kupuje
- Vlastní produkt – je určen vzhledem, názvem, kvalitou, designem.
- Rozšířený produkt – takzvaný nadstandard, kterým se snaží zapůsobit na zákazníka, abychom zvýšili jeho spokojenost z koupě. (2)

1.10.2 Cena (price)

Stanovení cen je jeden ze složitějších úkolů, který musí podnik udělat. Kvalita výrobku nebo služby může vyvolat nutnost stanovení vyšší ceny. Při uvádění ceny se musí zohlednit režijní náklady, doprava a slevy. Cenu výrobku ovlivňuje také poptávka výrobku. Platí zde vztah: $\text{cena výrobku} = \text{náklady} + \text{marže}$. (2)

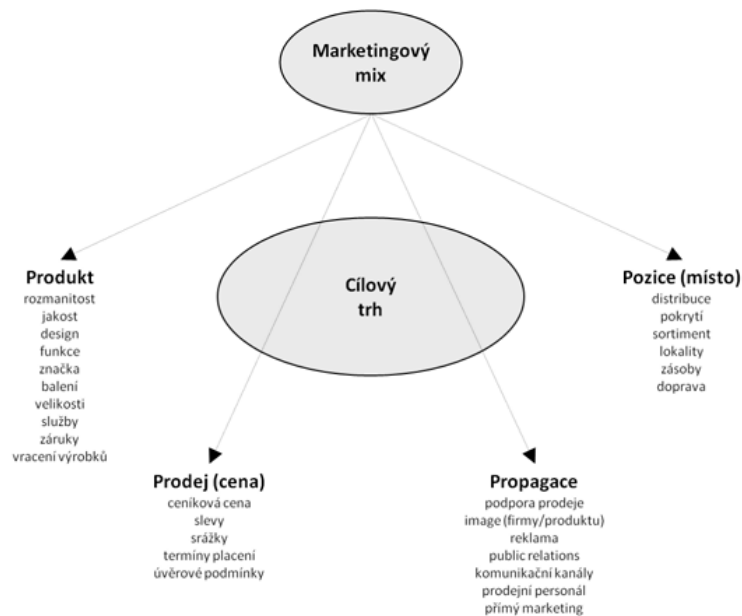
1.10.3 Distribuce (place)

Většina podniků používá několika různých distribučních cest. Pro každou distribuční cestu by měla mít firma specializované obchodní zástupce. Čím větší je odběratel, tím osobitější by měl být kontakt. Firma by měla mít dobře promyšlené, kde budou mít prodejny. (3)

1.10.4 Propagace (promotion)

Bez komunikace se zákazníky není možné obchodovat. Forma propagace:

- Reklama – bývá většinou rozhodující, musí být promyšleny cíle, načasování, umístění a velikost reklamy, určení zájmové skupiny apod.
- Podpora prodeje – motivace k zakoupení většího množství výrobků, můžeme sem zařadit: vzorky, soutěže, kupony, ochutnávky, dárčky, slevy, záruky na výrobek.
- Propagace – je prostředkem prezentace výrobků a služeb potenciálním zákazníkům, je krví všech prodejní operací. Používané způsoby: prodejní soutěže, spřažené slevy, množstevní slevy, poukázky, kluby, bezplatné vzorky.
- Publicita – velmi důležitý faktor je image, který ovlivňuje přízeň zákazníků. Velkou roli zde hrají média. (3)



Obr. 4: Marketingový mix 4P (Zdroj: (15))

Rozšířené pojetí marketingového mixu: existuje více než klasických 4P, je třeba se zaměřit i na další „P“.

5P - People – lidé

7P - People – lidé

- Processes – procesy
- Physical evidence – fyzický vzhled (4)

1.11 Metody hodnocení efektivnosti investic

Aby investice byla efektivní, musí příjmy z investice převyšovat náklady na ni vynaložené. Máme dva typy metod hodnocení efektivnosti investic.

- Metody statické - nepřihlížejí k působení faktoru času
- Metody dynamické - přihlížejí k působení faktoru času a zahrnují i riziko

1.11.1 Metody statické

Statické metody nepřihlížejí k faktoru času, proto se nepovažují za směrodatné. Jsou to pomocné, doplňkové metody. Jsou používány pro svou jednoduchost, proto se používají u méně významných projektů. Patří sem metoda výnosnosti investic a metoda doby návratnosti. Nedostatky těchto metod je sledování pouze statické výnosnosti bez respektování faktoru času, nezahrnují ani faktor rizika. (11)

Průměrná výnosnost

Předností ukazatelů rentability kapitálu je jednoduchost výpočtu a srozumitelnost. Nevýhodou je ignorování odlišné časové hodnoty peněz. Jak bylo řečeno, tato statická metoda nezohledňuje faktor času ani faktor rizika. Je to nástroj k rychlému porovnání výhodnosti podnikatelských projektů, především s krátkou životností. (10)

$$ROI = \frac{Zr}{IN}$$

kde

ROI – rentabilita (výnosnost) investice

Z_r – průměrný čistý roční zisk z investice

IN – náklady na investici (13)

Doba návratnosti (Payback Period – PP)

Doby návratnosti projektu je dána počtem let, která jsou zapotřebí k tomu, aby se kumulované peněžní toky vyrovnaly počáteční investici. Jestliže do vztahů dosadíme roční zisky, pak uvedenými ukazateli zjistíme, za kolik let se vynaložené náklady neboli výdaje vrátí. Jestliže dosadíme zisky za jiné účetní období než jeden rok, zjistíme, kdy bude investice splacena za tolik účetních období, to znamená, kolik stejně velkých zisků je třeba dosáhnout, aby se vrátili vynaložené výdaje. (11),(12)

$$DN = \frac{\textit{náklady na investici}}{\textit{roční cash flow}} \text{ (roky) (9)}$$

1.11.2 Metody dynamické

Dynamické metody přihlížejí k působení faktoru času. Jejich základem je diskontování všech vstupních parametrů použitých pro výpočet. Je zde zohledněn nejen čas, ale i riziko, které je způsobováno úrokovou mírou vyjadřující požadovanou výnosnost. (9),(11)

Čistá současná hodnota (Net Present Value - NPV)

projektu představuje rozdíl současné hodnoty všech budoucích příjmů projektu a současné hodnoty všech výdajů projektu. Můžeme tedy čistou současnou hodnotu definovat jako součet diskontovaného čistého peněžního toku projektu během jeho života, jak období výstavby, tak i období provozu. Je základem všech dynamických metod a zároveň je také nevhodnější a nepoužívanější metoda, protože dává srozumitelný výsledek. (10)

- bere v úvahu časovou hodnotu peněz
- je brán zřetel na faktor času a rizika i časový průběh investice
- je aditivní – výsledky lze v portfoliu investic sčítat

$$NVP = - C_0 \frac{CF_1}{(1+k)^1} + \frac{CF_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+k)^n}$$

kde

NVP – čistá současná hodnota investice

CF – očekávaná hodnota cash flow v období t

C_0 – kapitálový výdaj (náklady na investici)

n – doba životnosti investice

t – jednotlivé roky životnosti investice

k - podniková diskontní sazba

Investici je možné přijmout jen tehdy, je-li $NVP \geq 0$. Je-li záporná, nedojde nikdy k navrácení vloženého kapitálu. (11)

Vnitřní výnosové procento

Vnitřní výnosové procento, můžeme nazvat vnitřní míra výnosnosti (internal rate of return) se chápe jako výnosnost (rentabilita), kterou projekt poskytuje během svého života. Ve výsledku je vnitřní výnosové procento rovno diskontní sazbě, u které je čistá současná hodnota rovna nule. Tato sazba vyjadřuje skutečnou rentabilitu investice, a současně i procento nejvyššího možného úrokového zatížení podniku. Stanovení výsledku je složitější jak u čisté současné hodnoty. (11),(12)

$$VVP = k_1 + \frac{\check{C}SH_1}{\check{C}SH_1 - \check{C}SH_2} * (k_2 - k_1)$$

kde

k_1 – diskontní sazba, při níž je $\check{C}SH > 0$

k_2 – diskontní sazba, při níž je $\check{C}SH < 0$

$\check{C}SH_1$ – kladná $\check{C}SH$, při diskontní sazbě k_1

$\check{C}SH_2$ – záporná $\check{C}SH$, při diskontní sazbě k_2

k – diskontní sazba firmy (požadovaná míra efektivnosti)

Pravidlo VVP – jestliže je $VVP > k$ – investovat

jestliže je $VVP < k$ – neinvestovat

Index ziskovosti (Profitability Index – PI)

Index ziskovosti neboli rentability je blízký k čisté současné hodnotě. Projekt by měl být připraven k realizaci, pokud bude hodnota větší nebo rovno 1. Pokud je čistá současná hodnota větší než nula, je hodnota indexu ziskovosti větší než 1. Jestliže jsou hodnoty větší než 1, je projekt ekonomicky výhodnější. Toto relativní měřítko může sehrát významnou roli v rozhodování, zda investici realizovat nebo ne. (10),(14)

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^N \frac{Pt}{(1+i)^t}}{KV}$$

kde

PI – index rentability

i – diskontní sazba investičního projektu

KV – kapitálový výdaj

N – doba životnosti investice

t – roky životnosti investice

1.12 Analýza rizika

Riziko je významný atribut většiny lidských aktivit, a to především podnikatelských. Předpokládá se, že kvalita přípravy ovlivňuje úspěšnost či neúspěšnost projektů, ale ani velice kvalitní příprava a realizace nezaručují dosažení těch nejlepších výsledků, proto je třeba: identifikovat rizika a nejistoty ovlivňující výsledky a posoudit jejich význam, stanovit a zhodnotit dopady na budoucí výsledky projektu, to znamená určení velikosti rizika a posouzení jeho přijatelnosti či nepřijatelnosti a poslední je třeba zvažovat možná opatření na snížení rizika z hlediska jejich nákladů. (10)

1.13 Zdroje financování

Zdroje dělíme na vnitřní (interní) a vnější (externí). Postupně si je objasníme.

1.13.1 Vnitřní zdroje financování

- Zisk – je to důležitá část vnitřních zdrojů. Zisk po zdanění, který se nepoužije na výplatu podílů na zisku či na tvorbu fondů ze zisku, zůstane v podniku a lze ho použít na financování potřeb podniku. (2)
- Odpisy – je to peněžní vyjádření opotřebení dlouhodobého majetku za určité období, jsou daňově uznatelné. Odpisy snižují zisk před zdaněním, to znamená snížení odváděné daně, čímž se sníží výdaje. Rozlišujeme daňové a účetní odpisy. Daňové odpisy vymezuje zákon o dani z příjmu, který umožňuje zvolit rovnoměrné nebo zrychlené odpisování. (1)
- Ostatní interní zdroje financování - jsou prezentovány prodejem nevyužitého majetku podniku, může to být v důsledku racionalizace určité oblasti činnosti podniku.(2)

1.13.2 Vnější zdroje financování

Jsou velmi rozmanité. Externí zdroje umožňují rychlejší a rozsáhlejší tvorbu podnikového kapitálu. Na potřebné změny majetku podniku přesněji reaguje. (2)

- Bankovní úvěry – nejčastější poskytovatel kapitálu jsou komerční banky. Jako záruka může sloužit obchodní majetek podniku (budova, pozemek), osobní

majetek vlastníků (pozemek, auto, dům) nebo aktiva ručitele, který ručí za splacení úvěru.

- Obchodní úvěry – poskytují dodavatelé nebo odběratelé. Častější je dodavatelský, kde hraje velká důvěra obchodních partnerů. Spočívá to v dohodnutí odkladu platby za provedenou dodávku výrobků nebo služeb. Odběratelský úvěr je přijímání zálohy od odběratelů, poskytuje se v odvětvích s velmi dlouhou průběžnou dobou výroby, například stavebnictví, dodávky investičních celků.
- Leasing – pronájem, je jedna z forem financování, která se v České republice stává velmi oblíbenou. Můžeme tím rozumět dohodu, která přenáší na nájemce právo užívat určitý majetek za určitou finanční úhradu po předem dohodnutou dobu.

Operativní – krátkodobý nebo střednědobý zrušitelný pronájem, po jehož ukončení smlouvy zůstává ve vlastnictví leasingové společnosti. Pronajímatel zajišťuje v době pronájmu údržbu a opravy předmětu leasingu na vlastní náklady, s výjimkou oprav a údržby spojených s běžným užíváním. Také nese riziko škody na předmětu a hradí pojištění.

Finanční – je dlouhodobý nezrušitelný pronájem, splácí se postupně, po jehož ukončení přechází vlastnické právo na předmět leasingu do rukou nájemce za symbolickou cenu. Pokud se nájemce s pronajímatelem nedohodnou jinak, pak se o údržbu a opravy majetku stará na vlastní náklady nájemce.

Zpětný – poměrně málo známá forma. Podnik prodá svůj majetek leasingové společnosti a pronajme si ho od ní. Používá se v případě zajištění likvidity podniku, je nutné počítat s jistými náklady, které jsou se zpětným leasingem společnosti spojeny.

- Rizikový kapitál – pro projekty je to zajímavý zdroj financování, které v sobě skrývají vyšší riziko při realizaci, ale zároveň se předpokládá vysoký výnos okolo 25%. Používá se především k financování větších projektů, jelikož je náročný na transakční náklady spojené s posuzováním a vyhodnocováním.
- Franchising – dá se nazvat jako poskytování úspěšného a vyzkoušeného podnikatelského nápadu, značky a podpory jiným podnikatelům za úplatu. Poskytovatel poskytuje svým příjemcům právo provozovat jeho obchodní

činnost v souladu s jeho koncepcí odbytu, včetně používání know-how a technických a obchodních postupů pod obchodním jménem poskytovatele.

- Dotace – nazýváme nenávratným zdrojem financování. Je to podpora prosazování svých záměrů buď státem, nebo jinou územní institucí. Dotace členíme na přímé a nepřímé. Přímé dotace jsou přísuny peněžních prostředků do podniku a nepřímé dotace zařizují snížení podnikových výdajů. (1)(2)

2 ANALYTICKÁ ČÁST

V této části budu vycházet z části teoretické. Zanalyzuji podrobně SWOT analýzu, v které naznačím vnější a vnitřní faktory prostředí. Další analýza se nazývá PEST analýza a jako poslední Porterův model pěti sil v které zmíním konkurenci na trhu.

2.1 SWOT analýza

Přehled vnitřních (silné a slabé stránky) a vnějších faktorů prostředí (příležitosti a hrozby)

Silné stránky

- Personál na vysoké profesionální úrovni s vstřícným přístupem k zákazníkům
- Zaměstnanci, nadšení a oddaní společnému záměru
- Individuální přístup k zákazníkům
- Poskytování kvalitních služeb
- Dostupnost autem, tramvají, pěšky
- Místa k parkování
- Ženy i muži si zde najdou své
- Propracovaná nabídka služeb pro všechny věkové kategorie
- Ovoce zdarma pro zákazníky, které využijí služeb

Je velmi důležité zaměstnávat pracovníky, kteří pro tu práci žijí, naplňuje je to, a proto bych chtěla obsadit svůj odborný personál pouze těmi, u kterých uvidím, že to dělají s láskou, umí příjemně a přátelsky komunikovat. Velkou výhodou je zde dobrá dostupnost dopravními prostředky, ať už vlakem, trolejbusem, pěšky, či autem. V okolí centra je mnoho parkovacích míst, které mohou ovlivnit rozhodnutí, zda si udělat relaxační chvíli či ne. V nabídce si najde každá věková kategorie svoje, pro ty nejmenší bude zřízen dětský koutek, ti nejstarší mohou navštívit například nějakou ze zajímavých přednášek či si zajít na uvolňující masáž. Lákadlem by mohlo být ovoce, které bude k dispozici zadarmo, jestliže zákazníci využijí nějaké služby.

Slabé stránky

- Podnik je úplně nový, bude chvíli trvat, než se dostane do povědomí
- Velké počáteční náklady
- Mírně vyšší ceny z důvodu profesionálních služeb

Do slabých stránek bych zařadila nejprve to, že podnik bude úplně nový, tudíž bude trvat delší čas, než se dostane do povědomí lidí existence podniku. Další slabou stránkou jsou velké počáteční náklady, proto bude chvíli trvat, než se navrátí počáteční investice.

Příležitosti

- Přednášky od různých odborníků a profesionálů o produktech, pozitivním myšlení, zdravé stravě, životním stylu, jak na stres a dalších.
- Slevy skrze slevové portály
- Rozšíření nabídky služeb
- Dětský koutek

Jako jednu z příležitostí bych zařadila přednášky, na kterých se bude mluvit o nabízených produktech v kosmetickém studiu, o pozitivním přístupu k životu, zdravé stravě, životním stylu, jak na stres a dalších plno zajímavých témat. Lákavé jsou samozřejmě slevy skrze slevové portály, které jsou v dnešní době velice oblíbené u spotřebitelů. Zaměříme se také na požadavky zákazníků, jestliže by se naskytla nějaká zajímavá připomínka, uskutečníme ji. Pro maminky a jejich děti zde bude dětský koutek, kde si mohou své dítě na chvíli „odložit“ k dětské chůvě a mohou si udělat pěkné odpoledne.

Ohrožení

- Pokles zákazníků z důvodu ekonomické situace
- Velké množství konkurentů
- Nedostatek času pro sebe z pohledu zákazníků a jejich vytíženosti
- Navyšování cen za energii a vodu
- Časové vytížení

Hrozby mohou nastat, jestliže se zhorší ekonomická situace a lidé začnou šetřit, tím by se to odrazilo v návštěvnosti. Dalším problémem by mohl být nedostatek času na sebe, dnes je velmi hektická doba a lidé jsou velmi vytížení, není mnoho času odpočinout si. Neustálé zvyšování cen za energii a vodu mohou způsobit zvyšování cen za služby. Mezi další hrozbu bych zařadila velké množství konkurentů v městě Brno. Je zde plno wellness center a sportovních center, bude tedy těžké se prosadit, ale myslím, že naše nabídka bude také velmi zajímavá.

2.2 PEST analýza

Tvorba této analýzy popisuje vazby k makrookolí, proto je tato analýza velmi důležitá. Každý den musíme reagovat na podněty okolo a PEST analýza nám ukáže, co všechno máme k dispozici a jak to efektivně využít.

Politicko-legislativní prostředí

Velkou kapitolou jsou sazby daně z přidané hodnoty. V tomto roce je základní sazba 21% a snížená sazba 15%, tyto sazby byly už i minulý rok. Bohužel se jinak stále zvedají, mění a zapříčiňují tak neustálé zdražování a zvyšování nákladů pro společnost. Je zde důležité respektovat zákony, například občanský a obchodní zákoník, které jsou nové od roku 2014, a měli bychom si dávat pozor na existující změny.

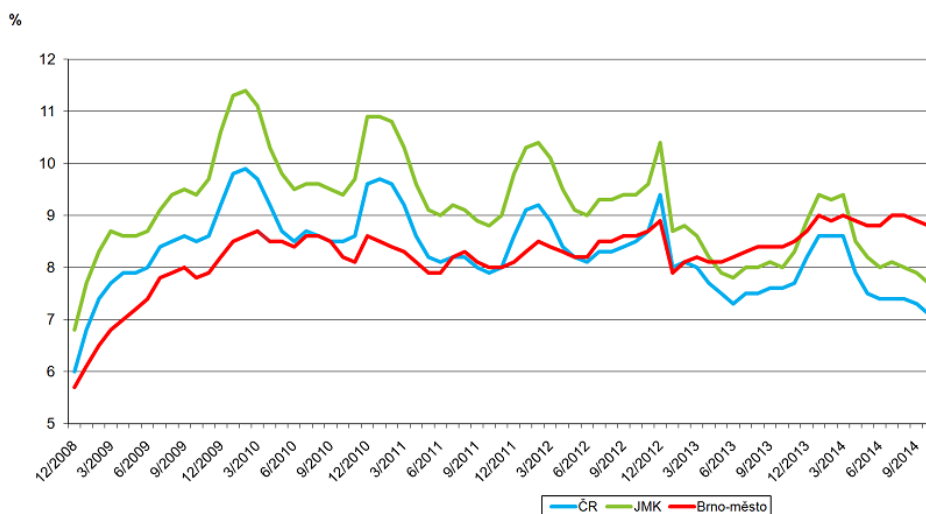
Legislativa:

- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
- Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce
- Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví
- Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů
- Zákon č. 235/2004 Sb., o DPH
- Zákon č. 185/2001 Sb. o odpadech

Dále předpisy, nařízení a vyhlášky týkající se Bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, hygienická nařízení, požární ochrana a další. (21)

Ekonomické prostředí

Míra nezaměstnanosti v Brně dosahovala v lednu 2013 7,9 %, o rok později se míra zvýšila na 9 % a v říjnu tohoto roku začíná opět klesat, ovšem s porovnáním s minulými roky se nezaměstnanost zvýšila. Míra nezaměstnanosti v české republice je na tom poslední rok velmi dobře, míra se snížila až o 1,7 %, podobně je na tom křivka znázorňující míru nezaměstnanosti v celém jihomoravském kraji. Když porovnáme Brno s českou republikou a jihomoravským krajem celkově, je na tom se zaměstnaností docela dobře, až na poslední dva roky.



Obr. 5: Vývoj nezaměstnanosti, Brno, JMK, ČR. Zdroj: (18)

Sociální prostředí

Tento podnik má sídlo v centru Jihomoravského kraje, v Brně. Brno je druhé největší město v České republice se zhruba 400 000 obyvateli. Obyvatelstvo převládají ženy než muži, rozdíl se točí okolo 10 000. Předpokládá se, že náš podnik budou více navštěvovat ženy, a proto je to pro nás dobrá zpráva. Využila jsem polohu Brna, která je významným dopravním uzlem ležícím na spojnici 4 hlavních měst – Prahy, Bratislavy, Vídně a Budapešti. Není problém se sem dostat vlakem či autobusem. Brno je velmi vyspělé, nabízí širokou nabídku kulturních zážitků, což může být velkým lákadlem pro navštívení relaxačního centra se spojením prohlídky krás Brna.

Technologické prostředí

Jedná se zde o zdokonalování technických postupů. V našem podnikání se vůbec nejedná o výrobu, nýbrž o služby, ale mohla bych sem zařadit nástroje používané v kosmetickém studiu, jako jsou léčebné lasery, lasery s měkkým paprskem. Technologie, které se mohou využít v oblasti péče o tělo.

Dovolím si zde zmínit ještě jeden faktor a tím je Ekologický faktor. Jelikož nejsme například strojírenský průmysl, kde je odpadu mnoho, nebude to u nás až takový problém. Zaměříme se na třídění komunálního odpadu, plastů, papíru, skla a nebezpečný odpad, do kterého patří zářivky, akumulátory a další. Bude zřízen kontejner pro bioodpad z ovoce, které bude připravené pro všechny návštěvníky, kteří využijí jakoukoliv naši službu. Na ekologii je v dnešní době kladen větší důraz, tudíž firmy, které jsou na ni více zaměřeny, mohou být úspěšnější nežli jiné.

2.3 Porterův model pěti sil

Tento model představuje základní faktory, které ovlivňují ziskovost odvětví a působení na firmy. Analyzuje síly konkurence, zákazníků, dodavatelů a substitutů. Úkolem je rozpoznat příležitosti i hrozby a formulovat odpovídající strategie.

Vnitřní konkurence

V Brně je konkurence poměrně vysoká, najdete tu mnoho relaxačních studií a center. Každý je zaměřený jinak, jeden nabízí lázně, bazény, vířivky, sauny, druhý rehabilitace, třetí sportovní zaměření, já budu nabízet také něco úplně nového a záleží, jak se k tomu každý podnik postaví a působí na lidi. Mezi největší konkurenty řadím AWA relaxační centrum, které má velmi velké množství masáží, také zajímavá je nabídka rodinné konstelace, které v ostatních centrech nejspíše nenajdeme. Mají k dispozici i solnou jeskyni, na rozdíl INFINIT může zase konkurovat velkým množstvím venkovních a vnitřních saun a bazénem, v Brně jsou dokonce čtyři pobočky, v nabídce najdeme i solárium. Velký konkurent je AZ fitness, ten je především zaměřen na fitness, ale také nabízejí vířivou vanu, parní lázeň, finskou saunu, plusem je určitě i dětský koutek.

Relaxační centrum na ulici Tržní v Černovicích nabízí finskou saunu, parní kabinu a vířivku, nachází se kousek od našeho sídla.

Rivalita mezi současnými konkurenty na trhu

Může zde nastat problém, jestliže se konkurence zvrhne v hru o podíl na trhu pro firmy, které usilují o expanzi, tím pádem se zpomalí růst a podnik se soustředí jen, aby vyhrál nad ostatními firmami. Zákazníci jsou citliví na přístup, cenu, rozsah poskytovaných služeb a kdykoliv se mohou rozhodnout pro někoho jiného. Je tedy důležité soustředit se hlavně na svůj podnik, snažit se nabízet kvalitní služby, které budou poskytovat kvalitní zaměstnanci.

Vyjednávací síla odběratelů

Zákazníci jsou nejdůležitější v tomto podniku. Na nich záleží, zda bude centrum výdělečné či nikoliv. Jestliže se zvyšují ceny, odběratelé odcházejí, jestliže se ceny snižují, odběratelé přicházejí. Je třeba na to myslet a neprovádět neustálé zdražování. Musíme si zde připomenout, že se nejedná o produkty, ale služby, tudíž je každá služba úplně jiná, je těžké vyhovět úplně všem, aby byli spokojeni, co služba, to originál. Proto u nás bude na jednom z prvních míst kvalitní personál. Nabídka musí být natolik zajímavá, aby oslovila co nejvíce zákazníků, kteří by se rádi vraceli právě za naší škálou služeb. Plánované přednášky by mohly zaujmout lidi všech věkových kategorií. Budeme připraveni pro připomínky a poznámky od odběratelů, poté se je budeme snažit změnit, či splnit, tak jak si zákazníci přejí.

Vyjednávací síla dodavatelů

Dodavatelé jsou pro výrobní firmy velmi důležití, přece jenom si dané produkty sami nevyrobí a potřebují je od někoho odkoupit. Pro dodavatele je také velmi důležité dodávat své výrobky, produkty nám odběratelům. Hrozba přijde ve chvíli, kdy dodavatel od nás požaduje větší počet peněz, a také, jestliže nedodá kvalitní produkty.

Faktory zvyšující hrozbu substitutů

Za hrozbu substitutů považují jakékoliv relaxační centrum, wellness centrum, fitness centrum či sportovní centrum v Brně. Je proto na místě důkladně promyslet předmět podnikání a přijít s nějakými novinkami, které tu ještě nejsou, na trh.

3 VLASTNÍ NÁVRH ŘEŠENÍ

V této části se zaměřím na samotné zpracování vlastního návrhu řešení. Uvedu informace o firmě, objasním výsledky z průzkumu trhu a sestavím podnikatelský plán pro vznik relaxačního centra.

3.1 Popis podniku

Tab. 1: Informace o podniku (Zdroj: Vlastní zpracování)

Obchodní firma	KAMI RELAX
Právní forma	Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)
Sídlo	Táborská 254, Brno 615 00 (Židenice)
Obor podnikání	Poskytování služeb v oblasti relaxace, rekondice a volnočasových aktivit
IČ	98312355
DIČ	CZ98312355
Jednatel	Kamila Spurná
Základní kapitál	1 400 000 Kč
Založení společnosti	1. 1. 2016
Email	kamirelax@gmail.com
Webové stránky	www.kamirelax.cz
Telefon/Mobil	788 888 888

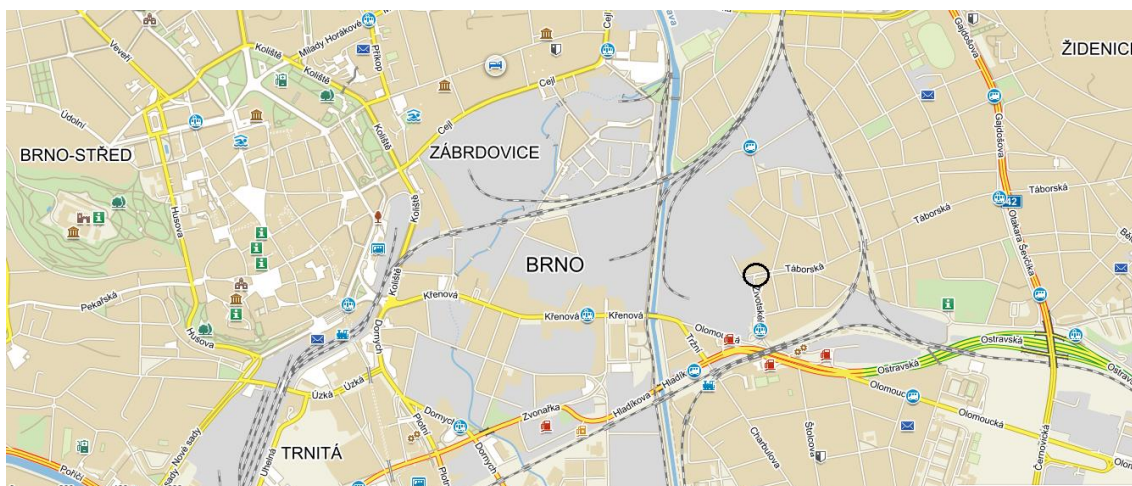
Společnost není plátcem DPH.

3.2 Charakteristika podniku

Jako právní formu podnikání jsem zvolila společnost s ručením omezeným, která nejlépe odpovídá mému podnikatelskému záměru. Výhodou v této právní formě je jednoduchost a ručení pouze do výše nesplaceného vkladu, ne celým svým majetkem. Jako název jsem zvolila KAMI RELAX, s. r. o. Prostory jsem zvolila ve velkém penzionu v Židenicích, kde byla polovina penzionu na prodej i se zahradou. Polovinu penzionu koupím, přestavím na relaxační centrum a zvolím variantu financování. V této společnosti budu působit pouze já jako majitelka a jednatelka. Základní kapitál činí 1 400 000 Kč, který je vložen majitelem. Jako další se ve

společnosti budou pohybovat kvalifikovaní zaměstnanci s příjemným vystupováním, se kterými uzavřu pracovní smlouvu a dohodu o pracovní činnosti.

3.3 Umístění relaxačního centra



Obr. 6: Poloha relaxačního centra (Zdroj: Vlastní zpracování dle www.mapy.cz)

Relaxační centrum zařídím v budově, kde v její druhé polovině je penzion s ubytovnou, tudíž si mohou lidé zaplatit pár dní pobyt v penzionu a chodit relaxovat k nám do centra aniž by vyšli z budovy. Budova se nachází na ulici Tábořská v Židenicích. Je sem velmi dobrá dostupnost tramvají, autobusem, autem. Před penzionem jsou parkovací místa, která návštěvníci často požadují. Do centra to trvá pouze pět minut městskou hromadnou dopravou. V okolí 50 metrů jsou potraviny, tabák, řeznictví, drogerie, restaurace. V penzionu se nachází také bar.

3.4 Průzkum trhu

Pro zjištění služeb a přání zákazníků jsem použila dotazníkové šetření. Dotazník byl anonymní a obsahoval tři druhy otázek – uzavřené, polouzavřené a otevřené. Vyplňování probíhalo v elektronické a papírové podobě. Z rozeslaných 100 dotazníků odpovědělo 94 respondentů, kteří bydlí v Brně a jeho okolí, které jsem rozeslala náhodným výběrem. Před sestavením dotazníku, jsem si určila čtyři hypotézy, které si postupně popíšeme. Byly zjišťovány informace na sedmi otázkách. Základní osobní

údaje jako je pohlaví a věk, zbývajících pět otázek bylo zaměřeno na nabídku služeb, z nichž postupně zjistím, co by si zákazníci přáli v relaxačním centru mít. Celé znění dotazníku se nachází v příloze 1.

Určení hypotéz

1. hypotéza

Věk návštěvníků se bude pohybovat převážně v rozmezí 18 – 40 let.

2. hypotéza

Více než polovina respondentů si udělá čas na sebe alespoň jednou do týdne.

3. hypotéza

Více než polovina dotazovaných bude požadovat cvičení pro uvolnění stresu.

4. hypotéza

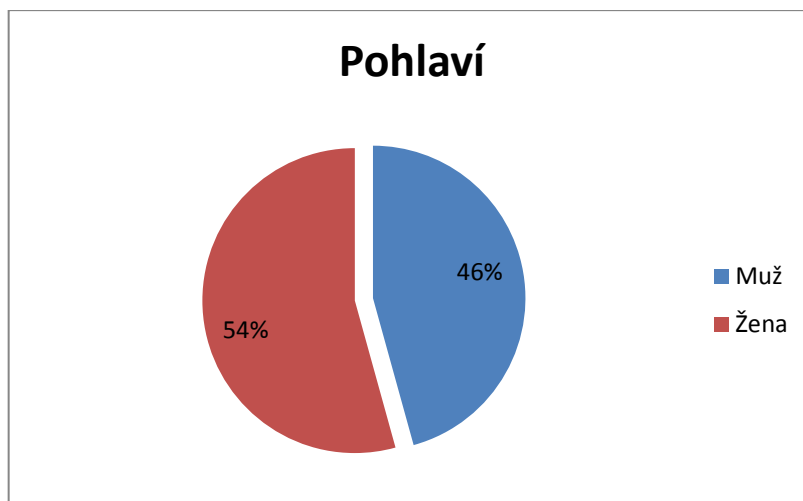
Nejžádanější z nabídky služeb jsou masáže a sauna.

Operacionalizace hypotéz

Operacionalizací hypotézy se rozumí převedení hypotézy do měřitelné podoby.

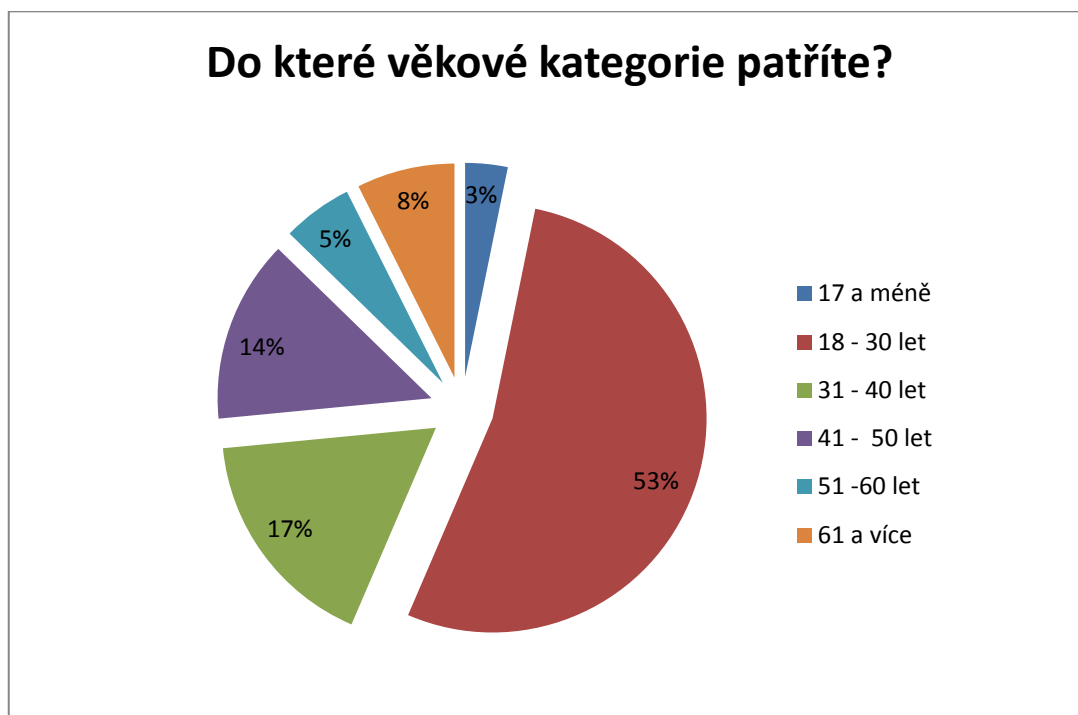
1. Více než 65 % návštěvníků se bude pohybovat převážně v rozmezí 18 – 40 let.
2. Více než 50 % respondentů si udělá čas na sebe alespoň jednou do týdne.
3. Více než 50 % respondentů bude požadovat cvičení pro uvolnění stresu.
4. Na prvním a druhém místě jsou z nabízených služeb masáže a sauna.

Nyní si ukážeme výsledky dotazníku a objasníme zjištěné informace:



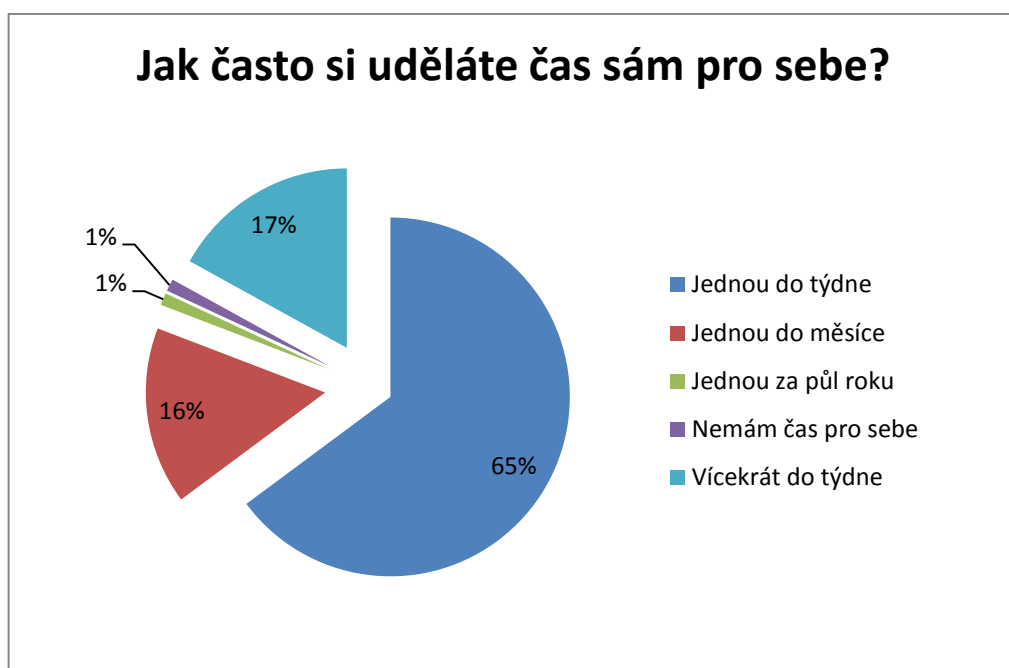
Graf 1: Pohlaví (Zdroj: Vlastní zpracování)

Z grafu vidíme, že počet mužů a žen je skoro vyrovnaný. Přece jen je o 9 % více odpovědí od žen. Dá se to vysvětlit tím, že masáže, cvičení, protahování a podobné služby více navštěvují ženy.



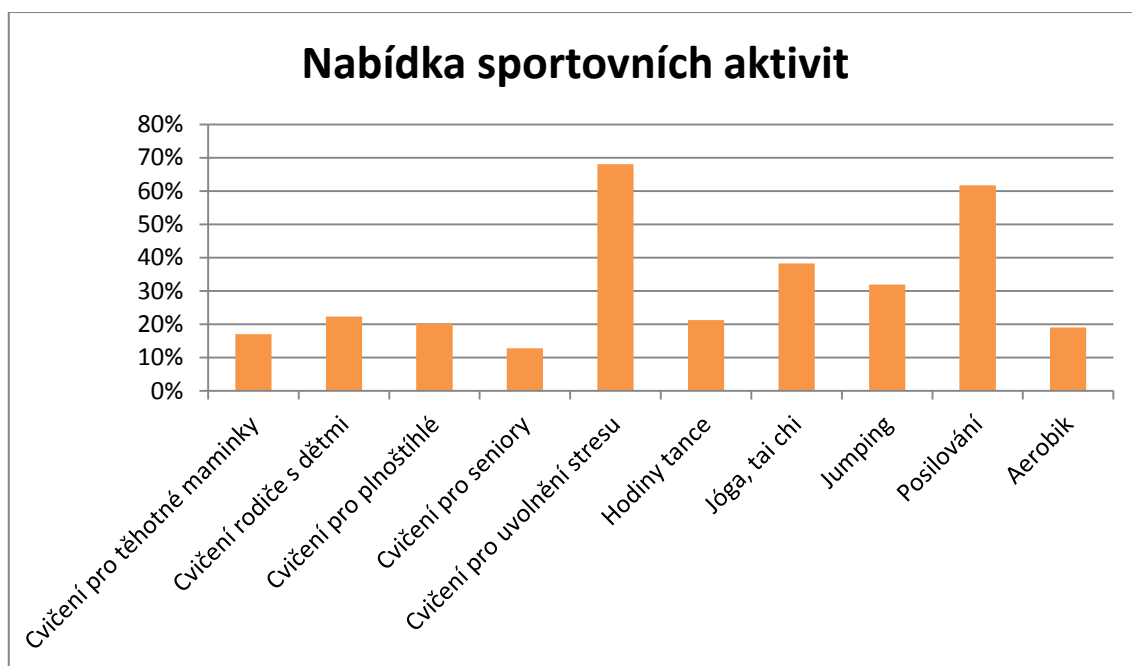
Graf 2: Do které věkové kategorie patříte? (Zdroj: Vlastní zpracování)

Zde se nachází odpověď k první hypotéze, která tvrdí, že věk respondentů se bude pohybovat mezi 18 - 40 lety. Graf nám ukazuje, že nejvíce osob, více než 50 %, bylo ve věkové kategorii 18 – 30 let, hned na druhém místě je věkové rozhraní 31 – 40 se 17 %. Můžeme tedy tuto hypotézu přijmout. Na třetím místě je rozmezí 41 – 50 let. Předpokládá se, že v těchto třech věkových kategoriích, jsou lidé velmi aktivní a potřebují si dopřát odpočinek, což je pro nás dobrá zpráva.



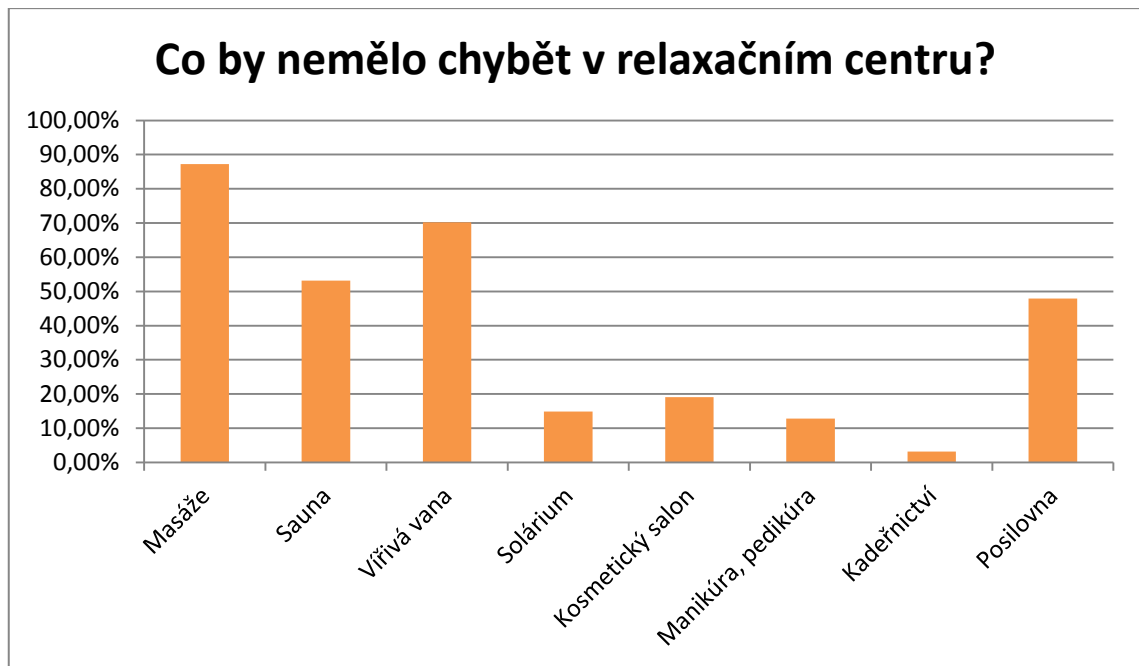
Graf 3: Jak často si uděláte čas sám pro sebe? (Zdroj: Vlastní zpracování)

U této otázky dostáváme odpověď na druhou hypotézu, která tvrdí, že více než polovina respondentů si udělá čas pro sebe alespoň jednou do týdne. V této době není čas skoro na nic, a právě proto bychom si odpočinek měli o to víc dopřávat. Graf zobrazuje 82 % respondentů, kteří si udělají čas jednou či vícekrát do týdne. Dá se říci, že téměř všichni si pro sebe chvilku najdou. Hypotézu tedy opět přijímáme.



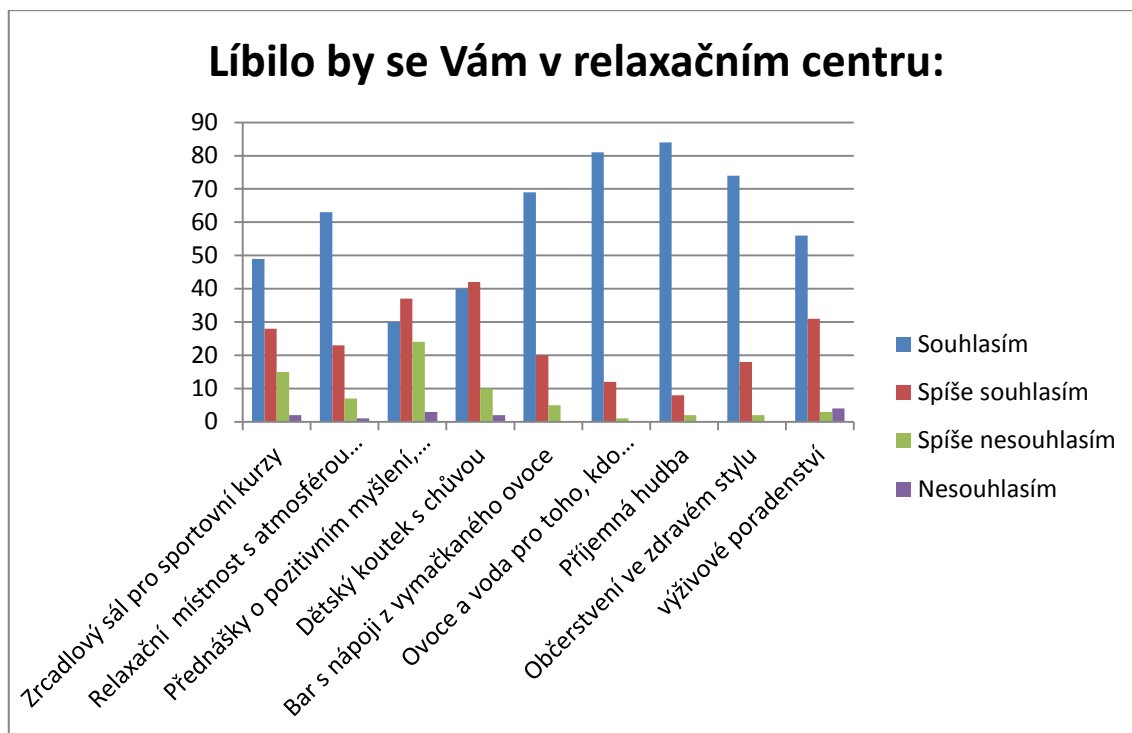
Graf 4: Nabídka sportovních aktivit (Zdroj: Vlastní zpracování)

U této otázky bylo za úkol zatrhnout tři nejzajímavější aktivity. Je k ní stanovena hypotéza, tvrdící, že více jak polovina respondentů zatrhne cvičení pro uvolnění stresu. V grafu vidíme, že cvičení zvolilo zhruba 68 % odpovídajících. Hypotéza se potvrdila. Bylo to cvičení s největším počtem procent, hned za ním je posilování, u kterého jsem měla přiřazeno pilates a kruhový trénink, tyto aktivity jsou dnes velmi oblíbené. Asi 38 % přijde zajímavá jóga a tai chi, jsem ráda, protože toto cvičení velmi dobře působí na stres a to, jak vidíme z grafu, bude potřeba. Také se začíná rozmáhat jumping, který je velmi prospěšný pro koordinaci pohybu a rovnováhy. Bude zcela nezbytné mít ke všem těmto aktivitám sál. Zbylé aktivity nebudou v programu zařazeny tak často.



Graf 5: Co by nemělo chybět v relaxačním centru (Zdroj: Vlastní zpracování)

Poslední hypotéza říká, že nejžádanější z nabídky služeb budou masáže a sauna. Masáže označilo téměř 87 % dotazovaných osob, na druhém místě je vířivá vana se 70 % a sauna je hned vzápětí s 53 %. Rozdíl je docela veliký, proto v tomto případě hypotézu zamítáme. Lidé také požadují posilovnu, kterou jsme mohli tušit už z předešlého grafu. Ostatní služby do nabídky zahrnovat nebudou.



Graf 6: Líbilo by se Vám v relaxačním centru (Zdroj: Vlastní zpracování)

V této otázce respondenti ztrhávali, zda souhlasí, spíše souhlasí, spíše nesouhlasí nebo nesouhlasí s uvedenou službou. Každou položku si více probereme. Jako první je zrcadlový sál pro sportovní kurzy, jak jsme už zjistili z grafu číslo čtyři, bude určitě potřeba. Zahrneme sporty a uvolňovací cvičení jako je pilates, kruhový trénink, jóga, thai chi, boxovací pytle či nafukovací obleky pro uvolnění stresu. U relaxační místnosti s atmosférou přírody převažují značně souhlasy, proto tuto místnost zařídím. Budou zde velké měkké polštáře, zvuky přírody, fontána a další příslušenství, které jsou podrobně rozebrány v kapitole. Přednášky o pozitivním myšlení, mají největší počet nesouhlasů, ale souhlasy jsou skoro vyrovnané, tudíž bych je zahrnula do programu pouze jednou za čas. Budou se přednášet buď v zrcadlovém sále, nebo v relaxační místnosti. Vidíme z odpovědí, že lidé dětský koutek až tak nevyžadují, ale bude jediné dobře, když tam bude. Když jsem se bavila s respondenty, většinou povídali o nápojích z ovoce velmi kladně, tyto šťávy jsou zdravé, a proto je určitě do nabídky zahrnu. Další v nabídce bylo ovoce a voda zdarma pro toho, kdo využije služeb. Do areálu pořídím barely s vodou a bude přístupná pro každého, ovoce bude v letních měsících ze zahrady, a to především jablka, švestky, hrušky, v zimním období nabídka ovoce nebude tak velká. Příjemnou hudbu nemusí vyžadovat každý, ale z grafu vidíme, že pouze jeden člověk s hudbou

spíše nesouhlasí, proto lidem vyhovím. Ptala jsem se na občerstvení ve zdravém stylu, jelikož by to bylo pro nás už nákladnější zařizovat kuchyň a další příslušenství, proto se bude nabízet malý výběr jídla v baru se šťávami z ovoce. S výživovým poradenstvím nesouhlasí sedm lidí, proto bude v nabídce služeb pouze na objednání, do budoucna, když by byla tato služba žádaná, bych připravila kancelář pro výživového poradce.

V poslední otázce jsem se ptala, co by zákazníky zaručeně přilákalo do relaxačního centra. Po probrání se odpověďmi, jsem zjistila, že lidé nejvíce požadují kvalitní saunu, masáže všeho druhu, posilovnu, venkovní posezení, trenéra v posilovně, klidné a příjemné prostředí, ticho, meditace, permanentky, lávové kameny, dobré ceny, příjemnou a odbornou obsluhu, sportovní kurzy s nabídkou i bojového umění, parkovací místa.

3.5 Marketingový mix

Produkt – služba

Základním produktem jsou nabízené služby v relaxačním centru. Z výše uvedeného, podrobně rozepsaného dotazníku jsme zjistili, jaké služby zákazníci doopravdy chtějí. V nabídce budou tedy relaxační masáže, relaxační místnost pro odpočinek, posilovna s nabídkou objednání osobního trenéra, který poskytuje výživové poradenství, finská sauna, vířivá vana a zrcadlový sál s nabídkou zajímavých kurzů, kde se může seznam kurzů v průběhu roku změnit na základě žádosti zákazníků. Relaxační centrum má také k dispozici ovocný bar, kde se podávají nápoje z čerstvého ovoce a malá nabídka občerstvení.

Otevírací doba všech služeb je shrnuta v tabulce dva. Relaxační centrum bude otevřeno od pondělí do neděle s výjimkou chůvy v dětském koutku a trenéra v posilovně, kteří budou k dispozici pouze prostřednictvím objednání.

Tab. 2: Otevírací doba (Zdroj: Vlastní zpracování)

Služba	Den	Otevírací doba
Masáže	Po - Ne	8:00 - 21:00
Relaxační místnost	Po - Ne	8:00 - 21:00
Posilovna	Po - Ne	8:00 - 21:00
Vířivá vana	Po - Ne	8:00 - 21:00
Sauna	Po - Ne	8:00 - 21:00
Ovocný bar	Po - Ne	8:00 - 18:00
Chůva v dětském koutku	Po - Pá	Na objednání
Trenér v posilovně	Po - Pá	Na objednání

Cena

Cenu jsem stanovila porovnáváním cen u konkurence s ohledem na to, aby byly zajímavé pro zákazníky. Časem bych chtěla zavést různé slevové permanentky a dárkové poukazy. V tabulkách jsou ceny pro masáže, zrcadlový sál, posilovnu a ostatní služby.

Masáže

V nabídce masáží se nachází nejen klasická masáž celého těla a jeho částí, ale i speciální masáže, například lávová, čokoládová, či ajurvédská.

Tab. 3: Ceny za masáže (Zdroj: Vlastní zpracování)

Masáže	Cena
Celková masáž (90 minut)	600 Kč
Záda (40 minut)	260 Kč
Šíje (20 minut)	160 Kč
Ruce (25 minut)	180 Kč
Nohy (40 minut)	260 Kč
Břicho (20 minut)	160 Kč
Hrudník (20 minut)	160 Kč
Mikromasáž očního okolí	200 Kč
Baňkování (35 minut)	340 Kč
Čokoládová masáž (75 minut)	600 Kč
Lávová masáž (60 minut)	580 Kč
Ajurvédská masáž (60 minut)	700 Kč

Zrcadlový sál

Nabízené kurzy v zrcadlovém sále trvají 60 minut. Přesný rozvrh kurzů naleznete v příloze č. 2. Nabídka se může během podnikání změnit na žádosti zákazníků.

Tab. 4: Ceny za služby v zrcadlovém sále (Zdroj: Vlastní zpracování)

Zrcadlový sál (60 minut)	Cena
Kruhový trénink	120 Kč
Jóga	80 Kč
Tai chi	80 Kč
Uvolnění stresu	100 Kč
Pilates	80 Kč
TRX	100 Kč
Jumping	80 Kč
Pronájem	300 Kč

Posilovna

Vstup do posilovny je časově neomezený, jestliže zákazník využije služeb trenéra, neplatí cenu za vstup. Výživové poradenství poskytuje v relaxačním centru trenér v posilovně.

Tab. 5: Ceny v posilovně (Zdroj: Vlastní zpracování)

Posilovna	Cena
Vstup (neomezeně)	80 Kč
Trenér (75 minut)	290 Kč
Výživové poradenství - vstupní diagnostika, sestavení měsíčního výživového plánu, konzultace během plánu, závěrečná konzultace	3 500 Kč

Ostatní služby

V této tabulce jsou ceny ostatních služeb. Vstup do relaxační místnosti je časově neomezený. Jeden nápoj z čerstvého ovoce stojí 75 Kč. Návštěva finské sauny stojí 90 Kč a vířivá vana 300 Kč pro osobu.

Tab. 6: Ceny za ostatní služby (Zdroj: Vlastní zpracování)

Služba	Cena
Relaxační místnost (neomezeně)	70 Kč
Bar s nápoji z čerstvého ovoce	75 Kč
Finská sauna (60 minut)	90 Kč
Vířivá vana (45 minut)	300 Kč

Propagace

Pro lepší propagaci centra jsem zajistila osobu, která udělá a bude se dále starat o webové stránky www.kamirelax.cz, kde si mohou zákazníci zarezervovat požadované služby. Jelikož relaxační centrum bude zrekonstruované, zařídím, aby bylo prostředí vně i uvnitř příjemné, a aby se lidé rádi vraceli. Otevírací doba je od pondělí do neděle, což může být další nástroj častější návštěvy. Zákazníci mohou zanechat na recepci svůj e-mail, abychom jim posílali informace o výhodných nabídkách, slevových poukazech, zprávy o přednáškách a dalších. Další z motivů dobré propagace bude pohodlí, hezké sociální zařízení a vybavenost celého centra.

Distribuce

Relaxační centrum se nachází v dobré lokalitě, pět minut od centra, v okolí je mnoho parkovacích míst a je sem velmi dobrá dostupnost všemi dopravními prostředky. Všechny tyto aspekty směřují k lepšímu prosperování firmy.

3.6 Finanční plán

Finanční plán je velmi důležitou částí podnikatelského plánu. Ukáže, zda bude reálné projekt uskutečnit. Rozepíše zde podrobně náklady při založení firmy, měsíční náklady a výnosy.

3.6.1 Náklady

Náklady pro potřebnou úpravu prostor

Nežli se začnou zařizovat jednotlivé místnosti, budou potřeba nějaké opravy. Je třeba udělat novou fasádu. Musejí se vybourat některé zdi, vymalovat jednotlivé pokoje, udělat novou podlahu. Do posilovny a relaxační místnosti se položí koberec, do zrcadlového sálu parkety, v ostatních místnostech bude položena dlažba. Velká práce bude také s instalováním světel, topením, zavedením internetu, telefonu, připevněním reproduktorů pro hudbu.

Tab. 7: Náklady pro úpravu prostor (Zdroj: Vlastní zpracování)

Položka	Kč
Fasáda	120 000 Kč
Zednické práce	40 000 Kč
Instalatéři, topenáři	60 000 Kč
Malířské práce	40 000 Kč
Podlahové krytiny	70 000 Kč
Ostatní práce	15 000 Kč
Celkem	345 000 Kč

Náklady za vybavení relaxačního centra

V tabulce jsou sepsány veškeré náklady vydané za vybavení relaxačního centra před zahájením provozu. Jelikož bude nabídka služeb docela rozsáhlá, budou náklady vysoké ve výši 624 300 Kč.

Tab. 8: Náklady za vybavení (Zdroj: Vlastní zpracování)

Služba	Vybavení	Cena
Masáže	Masážní stůl	2 600 Kč
	Lávové kameny	1 600 Kč
	Oleje a další příslušenství	1 500 Kč
Zrcadlový sál	Zrcadla	15 000 Kč
	Ribstole	15 000 Kč
	Trampolínky na jumping	20 000 Kč
	Závěsné systémy TRX	7 000 Kč
	Karimatky	6 500 Kč
	Nafukovací obleky	15 000 Kč
	Boxovací nástroje	30 000 Kč
	Posilovací činky	5 000 Kč
	Posilovna	Posilovací přístroje
	Zrcadla	15 000 Kč
Relaxační místnost	Měkké polštáře	10 000 Kč
	Fontána	5 000 Kč
	Knihovna	5 000 Kč
Bar s ovocnými šťávami	Mixér na ovoce	1 500 Kč
	Plastové kelímky + brčka	400 Kč
	Kuchyňské potřeby	500 Kč
Finská sauna	Sauna	80 000 Kč
	Ručníky	400 Kč
Vířivá vana	Vířivá vana	100 000 Kč
	Speciální osvětlení	10 000 Kč
	Ručníky + fén	1 200 Kč
Dětský koutek	pěnové puzzle na podlahu	300 Kč
	hračky, omalovánky, fixy	500 Kč
	nábytek	2 000 Kč
Recepce	Počítač + tiskárna	15 000 Kč
	Bar	5 000 Kč
	Barely na vodu (3x)	500 Kč
Zahrada	Nábytek	30 000 Kč
Ostatní	Reproduktory + přehrávací zařízení	20 000 Kč
	Pracovní oděvy	800 Kč
	požadavek reklamní agentury na zhotovení návrhu loga	2 000 Kč
Celkem		624 300 Kč

Zaměstnanci a náklady s nimi spojené

V následujících třech tabulkách popíši požadavky pro určité pozice, jejich náplň práce a mzdy.

Požadavky pro jednotlivé pozice v centru

V následující tabulce zmíním požadavky pro jednotlivé pozice v relaxačním centru. Zaměstnanci musí mít potřebné certifikáty pro vykonávání služeb. Se všemi zaměstnanci uzavřu pracovní smlouvu na dobu neurčitou kromě dvou pozic, a to je obsluha v baru s nápoji z ovoce, kde přijmu dva brigádníky, se kterými uzavřu dohodu o pracovní činnosti.

Tab. 9: Požadavky pozic (Zdroj: Vlastní zpracování)

Pozice	Požadavky
Recepční	střední vzdělání, obor administrativa či ekonomie, znalost AJ, NJ
Masérka	Potřebné certifikáty pro nabízené masáže
Trenér v posilovně	Trenérský kurz, certifikovaný kurz "Poradce pro výživu"
Chůva v dětském koutku	Kvalifikační standard
Obsluha v baru s čerstvým ovocem	Potravinářský průkaz
Lektor na cvičení proti stresu	Osvědčení o rekvalifikaci
Lektor jógy, tai chi	Osvědčení o rekvalifikaci
Lektor jumpingu	Osvědčení o rekvalifikaci
Lektor posilování	Osvědčení o rekvalifikaci
Uklízečka	Základní vzdělání, smysl pro čistotu a pořádek
Majitelka	Certifikáty k masážím, Osvědčení o rekvalifikaci

Náplň práce zaměstnanců

Tab. 10: Náplň práce zaměstnanců (Zdroj: Vlastní zpracování)

Pozice	Náplň práce
Recepční	Vítání hostů a podávání rad, přepojování hovorů
Masérka	Masírování objednaných zákazníků
Trenér v posilovně	Ukázka správného cvičení, sestavení tréninkového plánu, výživové poradenství
Chůva v dětském koutku	Hlídní dětí
Obsluha v baru s čerstvým ovocem	Příprava nápojů z čerstvého ovoce
Lektor na cvičení proti stresu	Vedení kurzu cvičení proti stresu
Lektor jógy, tai chi	Vedení kurzu jógy a tai chi
Lektor jumpingu	Vedení kurzu jumpingu
Lektor posilování	Vedení kurzu posilování (kruhový trénink, pilates, TRX)
Uklízečka	Úklid celého relaxačního centra, zajištění čistého prádla
Majitelka	Řízení podniku, vedení účetnictví, obsluha sauny a vířivé vany, zaskakování za ostatní

Mzdové náklady zaměstnanců

V tabulce deset uvedeme počet zaměstnanců na určitých pozicích, jejich měsíční hrubou mzdu a vypočítaný celkový mzdový náklad, kde je započítané sociální pojištění (25%) a zdravotní pojištění (9%).

Recepční bude v relaxačním centru po celou dobu otevírací doby, která je uvedena v tabulce dva. Na pozici masérky přijmu dvě osoby, kterým se bude střídat krátký dlouhý týden. To stejné bude mít obsluha v baru s čerstvým ovocem. Trenér v posilovně a chůva bude v relaxačním centru tehdy, když si je zákazník objedná. Lektoři chodí do práce podle rozepsaného plánu v příloze 2. Uklízečka se bude pohybovat každý den od 5:00 – 12:00.

Tab. 11: Měsíční mzdové náklady (Zdroj: Vlastní zpracování)

Zaměstnanec	Počet	Hrubá mzda	Mzdový náklad
Recepční	1	16 000 Kč	21 440 Kč
Masérka	2	60 000 Kč	80 400 Kč
Trenér v posilovně	1	30 000 Kč	40 200 Kč
Chůva v dětském koutku	1	18 000 Kč	24 120 Kč
Obsluha v baru s čerstvým ovocem	2	25 000 Kč	33 500 Kč
Lektor na cvičení proti stresu	1	20 000 Kč	26 800 Kč
Lektor jógy, tai chi	1	30 000 Kč	40 200 Kč
Lektor jumpingu	1	28 000 Kč	37 520 Kč
Lektor posilování	1	30 000 Kč	40 200 Kč
Uklízečka	1	16 000 Kč	21 440 Kč
Majitelka	1	35 000 Kč	46 900 Kč
Celkem	13	308 000 Kč	412 720 Kč

Celkový mzdový náklad pro firmu je 412 720 Kč.

Odpisy majetku

Pro přehlednost jsem rozepsala odpisy do tabulky pro rok 2016 a 2017. Tento hmotný majetek se bude odepisovat metodou rovnoměrných odpisů. V roce 2016 můžeme říci, že měsíční náklady z pohledu odpisů činí 6 470 Kč.

Tab. 12: Odpisy majetku (Zdroj: Vlastní zpracování)

Odpisy	Doba odepisování	Součet odpisů pro rok 2016	Součet odpisů pro rok 2017	Součet odpisů pro rok 2018
Budova	30 let	45 730 Kč	45 730 Kč	45 730 Kč
Finská sauna	10 let	4 400 Kč	8 400 Kč	8 400 Kč
Vířivá vana	10 let	5 500 Kč	10 500 Kč	10 500 Kč
Posilovací stroje	5 let	22 000 Kč	44 500 Kč	44 500 Kč
Celkem		77 630 Kč	109 130 Kč	109 130 Kč

Průměrné měsíční náklady (fixní a variabilní)

Vypočtené fixní a variabilní náklady nám pomohou k výpočtu bodu zvratu.

Tab. 13: Fixní náklady za měsíc (Zdroj: Vlastní zpracování)

Měsíční fixní náklady	Cena
Elektrický proud	19 000 Kč
Voda	4 000 Kč
Plyn	5 000 Kč
Internet + telefon	2 000 Kč
Mzdové náklady	412 720 Kč
Pojištění majetku, bankovní poplatky	1 000 Kč
Svoz odpadu, reklamní prostředky, školení	1 500 Kč
Odpisy majetku	6 470 Kč
Údržba webových stránek	1 000 Kč
Ostatní náklady (kancelářské potřeby,...)	3 000 Kč
Celkem	455 690 Kč

Tab. 14: Variabilní náklady za měsíc (Zdroj: Vlastní zpracování)

Měsíční variabilní náklady	Cena
Ovoce	20 000 Kč
Občerstvení - káva, čaj	1 000 Kč
Poštovné	200 Kč
Cestovní náhrady	1 300 Kč
Spotřeba materiálu - ručníky, osušky, přikrývky, pracovní oděv, obuv, čisticí a hygienické potřeby, toner do tiskárny, masážní oleje, prací prášek, mýdla, dezinfekční prostředky, jednorázové rukavice	20 000 Kč
Celkem	42 500 Kč

Celkový součet fixních a variabilní nákladů je 498 190 Kč

Náklady při zahájení podnikání

Náklady při zahájení podnikání se nám skládají z ceny budovy, která činila 1 000 000 Kč. Z rekonstrukce, vybavení a poplatku za zápis do obchodního rejstříku. Celková suma činí 2 473 490 Kč.

Tab. 15: Náklady při zahájení (Zdroj: Vlastní zpracování)

Náklady při zahájení podnikání	
Budova	1 000 000 Kč
Rekonstrukce	345 000 Kč
Vybavení	624 300 Kč
Zápis do obchodního rejstříku	6 000 Kč
Měsíční náklady	498 190 Kč
Celkem	2 473 490 Kč

3.6.2 Odhad očekávaných tržeb v prvním roce

Jelikož jsou to pouhé odhady, částky se během podnikání mohou měnit. Průměrné výnosy za jeden den vyšly 19 655 Kč. Za měsíc by to bylo tedy 589 650 Kč a za první rok 7 075 800 Kč.

Tab. 16: Odhad očekávaných tržeb - 1. rok (Zdroj: Vlastní zpracování)

Služba	Průměrný počet osob/den	Průměrná cena za službu	Průměrné výnosy za den
Ovocný bar	35	75 Kč	2 625 Kč
Relaxační místnost	30	70 Kč	2 100 Kč
Finská sauna	16	90 Kč	1 440 Kč
Vířivá vana	8	300 Kč	2 400 Kč
Posilovna	18	80 Kč	1 440 Kč
Trenér	2	290 Kč	580 Kč
Výživové poradenství	0,15	3 500 Kč	525 Kč
Masáže	10	386 Kč	3 860 Kč
Zrcadlový sál	50	94 Kč	4 685 Kč
Celkem	169,15		19 655 Kč

Tab. 17: Odhad očekávaných tržeb – 2. rok, 3. rok (Zdroj: Vlastní zpracování)

Služba	Průměrný počet osob/den (2. rok)	Průměrný počet osob/den (3. rok)	Průměrná cena za službu	Průměrné výnosy za den (2. rok)	Průměrné výnosy za den (3. rok)
Ovocný bar	40	47	75 Kč	3 000 Kč	3 525 Kč
Relaxační místnost	40	50	70 Kč	2 800 Kč	3 500 Kč
Finská sauna	20	30	90 Kč	1 800 Kč	2 700 Kč
Vířivá vana	14	20	300 Kč	4 200 Kč	6 000 Kč
Posilovna	24	35	80 Kč	1 920 Kč	2 800 Kč
Trenér	6	8	290 Kč	1 740 Kč	2 320 Kč
Výživové poradenství	0,25	0,4	3 500 Kč	875 Kč	1 400 Kč
Masáže	12	14	386 Kč	4 632 Kč	5 404 Kč
Zrcadlový sál	65	70	94 Kč	6 091 Kč	6 559 Kč
Celkem	221,25	274,4		27 058 Kč	34 208 Kč

1. rok podnikání

- Denní tržby – 19 655 Kč
- Měsíční tržby – $19\,655 \times 30 = 589\,650$ Kč
- Roční tržby – $589\,650 \times 12 = 7\,075\,800$ Kč

2. rok podnikání

- Denní tržby – 27 058 Kč
- Měsíční tržby – $27\,058 \times 30 = 811\,740$ Kč
- Roční tržby – $811\,740 \times 12 = 9\,740\,880$ Kč

3. rok podnikání

- Denní tržby – 34 208 Kč
- Měsíční tržby – $34\,208 \times 30 = 1\,026\,240$ Kč
- Roční tržby – $1\,026\,240 \times 12 = 12\,314\,880$ Kč

Financování

Jelikož základní kapitál činí 1 400 000 Kč a celkové náklady činí 2 473 490 Kč, zjišťuji, že potřebuji získat další finance na zaplacení zbylé částky. Budu tedy vybírat ze tří různých bankovních úvěrů, zvážím jednotlivé varianty a následně jednu z nich vyberu. Jako druhá možnost financování je poskytnutí půjčky od rodinného příslušníka ve výši 1 100 000 Kč. V tabulkách níže jsou uvedeny základní údaje o úvěrech.

1. varianta

Tab. 18: Expres Business (Zdroj: Vlastní zpracování)

Název banky	GE Money Bank
Název úvěru	Expres Business
Maximální výše	2 500 000 Kč
Splácení	anuitní nebo konstantní
Minimální úroková sazba	7,90%
Maximální doba splácení	7 let
Poplatky za poskytnutí	-
Poplatek za vedení účtu	-

Tab. 19: Provozní úvěr 5 PLUS (Zdroj: Vlastní zpracování)

Název banky	Česká spořitelna
Název úvěru	Provozní úvěr 5 PLUS
Maximální výše	5 000 000 Kč
Splácení	anuitní
Minimální úroková sazba	7,25% - 7,85% (p.a.)
Maximální doba splácení	8 let
Poplatky za poskytnutí	0,5 % až 2 % z hodnoty úvěru, min. 5.000 Kč
Poplatek za vedení účtu	300 Kč

Tab. 20 Podnikatelská hypopůjčka (Zdroj: Vlastní zpracování)

Název banky	Raiffeisenbank
Název úvěru	Podnikatelská hypopůjčka
Maximální výše	3 000 000 Kč
Splácení	anuitní
Minimální úroková sazba	8,92%
Maximální doba splácení	15 let
Poplatky za poskytnutí	2% z hodnoty úvěru
Poplatek za vedení účtu	-

Po detailnější prostudování jsem zvolila provozní úvěr 5 PLUS. Úvěr bude čerpán jednorázově ve výši 1 080 000 Kč. Výše úrokové míry bude 7,25 %. Úvěr budu splácet po dobu 4 let. Splátkový kalendář je propočítán v příloze 3.

Shrnutí provozního úvěru

Tabulka obsahuje shrnutí úvěru. Po čtyřech letech splácení zaplatí společnost celkově 1 247 781,12 Kč, za úroky zaplatí 167 781,12 Kč.

Tab. 21 Shrnutí úvěru (Zdroj: Vlastní zpracování)

Počáteční dluh	1 080 000 Kč
Úrok	7,25%
Délka splácení	4 roky
Četnost splácení	Měsíčně
Splátka	25 995,44 Kč
Celkem zaplatíme	1 247 781,12 Kč
Celkem přeplatíme	167 781,12 Kč

2. varianta

Druhou variantou se nabízí možnost půjčky od rodinného příslušníka ve výši 1 100 000 Kč. Splácení dluhu měsíčně ve výši 20 000 Kč po dobu zhruba 4,6 roku, celkově 55 splátek. Úroky se v tomto případě nevyskytují. Splátky se platí k poslednímu dni v měsíci. V příloze 4 je zpracován splátkový kalendář.

Výběr financování

Po zvážení těchto dvou variant jsem se rozhodla pro variantu dva, kde si půjčím 1 100 000 Kč od rodinného příslušníka. Velikou výhodou jsou zde odpuštěné úroky a žádné poplatky za předčasné splácení či neplacení. V případě bankovního úvěru bych přeplatila na úrocích 167 781,12 Kč a poplatky za poskytnutí úvěru a vedení účtu. Menší nevýhodou je doba splácení, která je o osm měsíců delší než u úvěru.

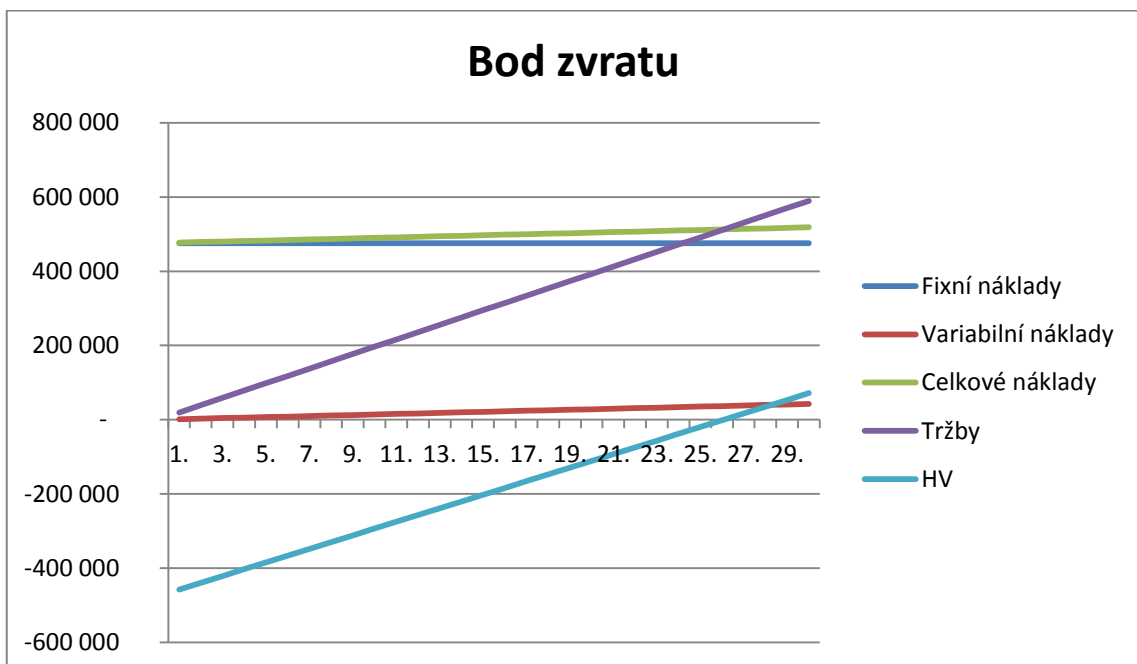
Bod zvratu

Nyní propočítám bod zvratu, z kterého zjistím, který den v prvním měsíci bude relaxační centrum vykazovat zisk. K fixním nákladům jsem připočetla měsíční splátku 20 000 Kč.

Tab. 22: Analýza bodu zvratu (Zdroj: Vlastní zpracování)

Analýza bodu zvratu (v Kč)					
Den	Fixní náklady	Variabilní náklady	Celkové náklady	Tržby	HV
1.	475 690	1 417	477 107	19 655	- 457 452
2.	475 690	2 833	478 523	39 310	- 439 213
3.	475 690	4 250	479 940	58 965	- 420 975
4.	475 690	5 667	481 357	78 620	- 402 737
5.	475 690	7 083	482 773	98 275	- 384 498
6.	475 690	8 500	484 190	117 930	- 366 260
7.	475 690	9 917	485 607	137 585	- 348 022
8.	475 690	11 333	487 023	157 240	- 329 783
9.	475 690	12 750	488 440	176 895	- 311 545
10.	475 690	14 167	489 857	196 550	- 293 307
11.	475 690	15 583	491 273	216 205	- 275 068
12.	475 690	17 000	492 690	235 860	- 256 830
13.	475 690	18 417	494 107	255 515	- 238 592
14.	475 690	19 833	495 523	275 170	- 220 353

15.	475 690	21 250	496 940	294 825	- 202 115
16.	475 690	22 667	498 357	314 480	- 183 877
17.	475 690	24 083	499 773	334 135	- 165 638
18.	475 690	25 500	501 190	353 790	- 147 400
19.	475 690	26 917	502 607	373 445	- 129 162
20.	475 690	28 333	504 023	393 100	- 110 923
21.	475 690	29 750	505 440	412 755	- 92 685
22.	475 690	31 167	506 857	432 410	- 74 447
23.	475 690	32 583	508 273	452 065	- 56 208
24.	475 690	34 000	509 690	471 720	- 37 970
25.	475 690	35 417	511 107	491 375	- 19 732
26.	475 690	36 833	512 523	511 030	- 1 493
27.	475 690	38 250	513 940	530 685	16 745
28.	475 690	39 666	515 356	550 340	34 984
29.	475 690	41 083	516 773	569 995	53 222
30.	475 690	42 500	518 190	589 650	71 460



Graf 7: Bod zvratu (Zdroj: Vlastní zpracování)

Z následující tabulky a grafu vyplývá, že už 27. den, v prvním měsíci, firma vykazuje zisk 16 745 Kč. Na konci prvního měsíce má být zisk ve výši 71 460 Kč. Pro relaxační centrum je to velmi dobré zjištění. Dále propočítám hospodářský výsledek pomocí výkazu zisku a ztráty pro roky 2016 – 2018.

Výkaz zisku a ztráty za první, druhý, třetí rok podnikání

Tab. 23: Výkaz zisku a ztráty k poslednímu dni v měsíci (Zdroj: Vlastní zpracování)

Nákladové položky		Výnosové položky	
Spotřeba materiálu	20 000 Kč	Tržby za služby	589 650 Kč
Spotřeba energií	28 000 Kč		
Ostatní služby	24 500 Kč		
Mzdové náklady	308 000 Kč		
SP, ZP	104 720 Kč		
Ostatní náklady	6 500 Kč		
Odpisy	6 470 Kč		
Splátka půjčky	20 000 Kč		
Náklady celkem	518 190 Kč	Výnosy celkem	589 670 Kč
		Zisk	71 460 Kč

Tab. 24: Výkaz zisku a ztráty pro roky 2016 – 2018 (Zdroj: Vlastní zpracování)

	2016	2017	2018
Tržby za služby	7 075 800 Kč	9 740 880 Kč	12 314 880 Kč
Mzdové náklady	4 952 640 Kč	4 952 640 Kč	4 952 640 Kč
Provozní náklady	600 000 Kč	610 000 Kč	615 000 Kč
Spotřeba materiálu	240 000 Kč	260 000 Kč	270 000 Kč
Splacení půjčky	240 000 Kč	240 000 Kč	240 000 Kč
Odpisy	77 640 Kč	77 640 Kč	77 640 Kč
Ostatní náklady	108 000 Kč	116 000 Kč	120 000 Kč
HV	857 520 Kč	3 484 600 Kč	6 039 600 Kč

Firma by měla vykázat zisk hned v prvním měsíci po otevření. Podle mých výpočtů se bude hospodářský výsledek rok od roku zvyšovat. Mezi prvním rokem a třetím rokem je značný rozdíl, kdy v roce 2018 by měl být výsledek o 5 182 080 Kč vyšší než v zahajovacím roce 2016. Uskutečnění podnikatelského plánu je podle vypočtených údajů velmi reálné.

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo vypracovat konkurenceschopný, přehledný a reálný plán na založení relaxačního centra v Brně. Bakalářskou práci rozdělují do tří hlavních částí, teoretické, analytické a praktické.

Jako první část bakalářské práce jsem zpracovala teoretickou část, která je nepostradatelná pro zpracování analytické a návrhové části. Teoretická část obsahuje poznatky z literatury, které byly podkladem pro vypracování tohoto projektu. Jsou zde uvedeny základní definice podnikatele, sestavení podnikatelského plánu, teorie k analýzám vnitřního a vnějšího prostředí, SWOT analýza a marketingový mix.

V analytické části jsem vypracovala PEST analýzu, Porterův model pěti sil a SWOT analýzu. Jelikož jsem zakládala novou společnost, udělala jsem průzkum trhu v praktické části, z kterého byly zjištěny požadované služby od potencionálních zákazníků, na základě nichž jsem sestavila nabídku služeb.

V praktické části jsem charakterizovala podnik a vytvořila finanční plán, kde jsou rozepsané náklady a výnosy v následujících třech letech podnikání. Jelikož nebylo do začátku mnoho peněz, musela jsem si peníze vypůjčit. Vybírala jsem mezi dvěma variantami financování. První varianta bylo zvážení třech bankovních úvěrů a sestavení splátkového kalendáře pro zvolený úvěr. Druhá varianta bylo půjčení peněz od rodinného příslušníka. Po zhodnocení jsem zvolila variantu dva.

Jelikož jsem musela přebudovat penzion na relaxační centrum, neobešlo se to bez větších počátečních nákladů, které činily 345 000 Kč. Náklady pro vybavení celého relaxačního centra jsou 624 300 Kč. Celkové náklady při zahájení podnikání jsou 2 473 490 Kč, v kterých jsou zahrnuté měsíční náklady, odpisy a cena budovy a poplatky za zápis do obchodního rejstříku.

Po propočítání bodu zvratu jsem zjistila, že se firma dostane do zisku už 27. den po otevření relaxačního centra. V prvním roce působení vykazuje společnost zisk, který činí 857 520 Kč. V druhém roce působení na trhu se zisk dostal do výše 3 484 600 Kč a v třetím roce dosahuje zisku 6 039 600 Kč.

Abychom měli stále prosperující firmu, je nutné ji neustále rozvíjet, sledovat konkurenci, komunikovat se zákazníky, aby se dostala do jejich povědomí a měla významnou pozici na trhu.

Tento podnikatelský plán by měl sloužit jako návod pro založení podniku. Musíme si ovšem uvědomit, že uvedené výsledky nejsou dlouhodobě platné, jelikož se stále mění samotný trh, prostředí na trhu a také konkurence.

Jestliže by se podařilo založit fungující a prosperující firmu, měla by radost nejen z vykazování zisků, ale také uspokojení, že pomáhá návštěvníkům například od zdravotních komplikací a zmírnění stresu.

Závěrem si dovoluji říci, že je projekt realizovatelný.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- (1) VEBER, J. a J. SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. vyd. Praha: Grada, 2012, 304 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
- (2) KORÁB, V. a M. MIHALSKO. *Založení a řízení společnosti*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005, 252 s. ISBN 80-251-0592-X.
- (3) COOPER, J. a P. LANE. *Marketingové plánování - Praktická příručka manažera*. 1. vyd. Praha: Grada, 1999, 232 s. ISBN 80-7169-641-2.
- (4) KAŇOVSKÁ, L. *Základy marketingu*. Brno: Akademické nakladatelství cerm, 2009, 123 s. ISBN 978-80-214-3838-5.
- (5) BLAŽKOVÁ, M. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 278 s. ISBN 978-80-247-1535-3.
- (6) HANZELKOVÁ, A., M. KEŘKOVSKÝ a D. ODEHNALOVÁ a kol. *Strategický marketing: teorie pro praxi*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2009, 170 s. ISBN 978-80-7400-120-8.
- (7) ZAMAZALOVÁ, M. a kol. *Marketing*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010, 499 s. ISBN 978-80-7400-115-4.
- (8) FOTR, J. a kol. *Tvorba strategie a strategické plánování – Teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 384 s. ISBN 978-80-247-3985-4.
- (9) SYNEK, M. a kol. *Manažerská ekonomika*. 4. vyd. Praha: Grada, 2007, 464 s. ISBN 978-80-247-1992-4.
- (10) FOTR, J. a I. SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- (11) KISLINGEROVÁ, E. a kol. *Manažerské finance*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010, 811 s. ISBN 978-80-7400-194-9.
- (12) POLÁCH, J. a kol. *Reálné a finanční investice*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2012, 263 s. ISBN 978-80-7400-436-0.
- (13) VALACH, J. *Investiční rozhodování a dlouhodobé financování*. 3. vyd. Praha: Ekopress, 2010, 513 s. ISBN 978-80-86929-71-2.
- (14) SCHOLLEOVÁ, H. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. 2. vyd. Praha: Grada, 2012, 272 s. ISBN 978-80-247-4004-1.

- (15) MANAGEMENTMANIA.COM. *Marketingový mix 4P (Marketing Mix 4P)* [online]. © 2011 – 2013 [cit. 2014-11-28]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/marketingovy-mix-4p>
- (16) EDOLO.CZ. *PEST analýza* [online]. © 2007-2014 [cit. 2014-12-4]. Dostupné z: <http://www.edolo.cz/sluzby-pro-expanzi/pest-analyza/>
- (17) BUSINESSVIZE.CZ. *Kde se vzala a k čemu je PEST analýza* [online]. © 2007-2014 [cit. 2014-12-4]. Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/planovani/kde-se-vzala-a-k-cemu-je-pest-analyza>
- (18) BRNO.CZ. *Ekonomika Brna v číslech - základní údaje* [online]. [cit. 2014-12-4]. Dostupné z: <https://www.brno.cz/podnikatel-investor/ekonomika-v-cislech/>
- (19) BPLAN.CZ *Finanční plán* [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.bplan.cz/financni-plan-vetsi-projekty>
- (20) ZÁKONYODCENTRUM.CZ *Společnost s ručením omezeným* [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <http://zakony.centrum.cz/zakon-o-obchodnich-korporacich/cast-1-hlava-4>
- (21) ZÁKONYODCENTRUM.CZ *Vybrané předpisy Sbírký zákonů ČR* [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <http://zakony.centrum.cz/seznam-zakoniku>

SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Informace o podniku.....	35
Tab. 2: Otevírací doba.....	44
Tab. 3: Ceny za masáže.....	44
Tab. 4: Ceny za služby v zrcadlovém sále.....	45
Tab. 5: Ceny v posilovně.....	45
Tab. 6: Ceny za ostatní služby.....	46
Tab. 7: Náklady pro úpravu prostor.....	47
Tab. 8: Náklady za vybavení.....	48
Tab. 9: Požadavky pozic.....	49
Tab. 10: Náplň práce zaměstnanců.....	50
Tab. 11: Měsíční mzdové náklady.....	51
Tab. 12: Odpisy majetku.....	51
Tab. 13: Fixní náklady za měsíc.....	52
Tab. 14: Variabilní náklady za měsíc.....	52
Tab. 15: Náklady při zahájení.....	53
Tab. 16: Odhad očekávaných tržeb - 1. rok.....	53
Tab. 17: Odhad očekávaných tržeb – 2. rok, 3. Rok.....	54
Tab. 18: Expres Business.....	55
Tab. 19: Provozní úvěr 5 PLUS.....	55
Tab. 20: Podnikatelská hypopůjčka.....	56
Tab. 21: Shrnutí úvěru.....	56
Tab. 22: Analýza bodu zvratu.....	57
Tab. 23: Výkaz zisku a ztráty k poslednímu dni v měsíci.....	59
Tab. 24: Výkaz zisku a ztráty pro roky 2016 – 2018.....	59

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Schéma SWOT analýzy.....	16
Obr. 2: Porterův model pěti sil.....	18
Obr. 3: PEST analýza.....	19
Obr. 4: Marketingový mix 4P.....	21
Obr. 5: Vývoj nezaměstnanosti, Brno, JMK, ČR.....	32
Obr. 6: Poloha relaxačního centra.....	36

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Pohlaví.....	38
Graf 2: Do které věkové kategorie patříte?.....	38
Graf 3: Jak často si uděláte čas sám pro sebe?.....	39
Graf 4: Nabídka sportovních aktivit.....	40
Graf 5: Co by nemělo chybět v relaxačním centru.....	41
Graf 6: Líbilo by se Vám v relaxačním centru.....	43
Graf 7: Bod zvratu.....	58

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník.....	I
Příloha 2: Rozvrh kurzů v zrcadlovém sále.....	IV
Příloha 3: Splátkový kalendář.....	V
Příloha 4: Přehled splátek rodinnému příslušníkovi.....	VI

Příloha 1: Dotazník

Služby v relaxačním centru

Krásný den,

chtěla bych Vás poprosit o vyplnění krátkého dotazníku, jehož zjištěné údaje budou sloužit k mé bakalářské práci. Za vyplnění Vám budu velmi vděčná. Děkuji.

1. Jste:

a) Muž

b) Žena

2. Do které věkové kategorie patříte?

a) 17 a méně

b) 18 – 30

c) 31 – 40

d) 41 – 50

e) 51 – 60

f) 61 a více

3. Jak často si uděláte čas sám pro sebe?

a) Jednou do týdne

b) Jednou do měsíce

c) Jednou za půl roku

d) Nemám čas pro sebe

e) Jiné

4. Líbilo by se Vám v relaxačním centru: (souhlasím, spíše souhlasím, spíše nesouhlasím, nesouhlasím)

- a) Zrcadlový sál pro sportovní kurzy
- b) Relaxační místnost s atmosférou přírody
- c) Přednášky o pozitivním myšlení, životním stylu,...
- d) Dětský koutek s chůvou
- e) Bar s nápoji z vymačkaného ovoce
- f) Ovoce a voda pro toho, kdo využije služeb
- g) Příjemná hudby
- h) Občerstvení ve zdravém stylu v příjemném prostředí
- ch) Výživové poradenství

5. Nabídka sportovních aktivit – zatrhněte 3 pro Vás nejzajímavější:

- a) Cvičení – pro těhotné maminky
- b) Cvičení – rodiče s dětmi
- c) Cvičení – pro plnoštíhlé
- d) Cvičení – pro seniory
- e) Cvičení – uvolnění stresu
- f) Hodiny tance
- g) Jóga, tai chi
- h) Jumping
- ch) Posilování – kruhový trénink, pilates
- i) Aerobik

6. Co by nemělo chybět v relaxačním centru – zatrhněte 3 pro Vás nejdůležitější:

- a) masáže
- b) Sauna
- c) Vířivá vana
- d) Solárium
- e) Kosmetický salon
- f) Manikúra, pedikúra
- g) Kadeřnictví
- h) Posilovna
- ch) Jiné

7. Jaká služba by Vás zaručeně přilákala do relaxačního centra?

Příloha 2: Rozvrh kurzů v zrcadlovém sále

Rozvrh kurzů v zrcadlovém sále									
	8:00 - 9:00	9:00 - 10:00	10:00-11:00	11:00 - 12:00	16:00 - 17:00	17:00 - 18:00	18:00 - 19:00	19:00 - 20:00	
PONDĚLÍ	Jóga			TRX		Uvolnění stresu	Kruhový trénink	Jumping	
ÚTERÝ	Uvolnění stresu	Tai chi	Jóga		Uvolnění stresu	TRX			
STŘEDA	Pilates	Tai chi				TRX	Jumping	Pilates	
ČTVRTEK	Jumping	Tai chi				Jóga	Kruhový trénink	Kruhový trénink	
PÁTEK	Jumping	TRX	Pilates		Uvolnění stresu				
SOBOTA	Jóga	Uvolnění stresu	možný pronájem						
NEDĚLE	Pilates				Uvolnění stresu	Kruhový trénink			

Příloha 3: Splátkový kalendář

Období	Anuita	Úrok	Úmor	Zůstatek dluhu
0				1 080 000 Kč
1	25 995,44 Kč	6 523,20 Kč	19 472,24 Kč	1 060 527,76 Kč
2	25 995,44 Kč	6 405,59 Kč	19 589,85 Kč	1 040 937,91 Kč
3	25 995,44 Kč	6 287,26 Kč	19 708,18 Kč	1 021 229,73 Kč
4	25 995,44 Kč	6 168,23 Kč	19 827,21 Kč	1 001 402,52 Kč
5	25 995,44 Kč	6 048,47 Kč	19 946,97 Kč	981 455,55 Kč
6	25 995,44 Kč	5 927,99 Kč	20 067,45 Kč	961 388,10 Kč
7	25 995,44 Kč	5 806,78 Kč	20 188,66 Kč	941 199,45 Kč
8	25 995,44 Kč	5 684,84 Kč	20 310,60 Kč	920 888,85 Kč
9	25 995,44 Kč	5 562,17 Kč	20 433,27 Kč	900 455,58 Kč
10	25 995,44 Kč	5 438,75 Kč	20 556,69 Kč	879 898,89 Kč
11	25 995,44 Kč	5 314,59 Kč	20 680,85 Kč	859 218,04 Kč
12	25 995,44 Kč	5 189,68 Kč	20 805,76 Kč	838 412,28 Kč
13	25 995,44 Kč	5 064,01 Kč	20 931,43 Kč	817 480,85 Kč
14	25 995,44 Kč	4 937,58 Kč	21 057,86 Kč	796 422,99 Kč
15	25 995,44 Kč	4 810,39 Kč	21 185,05 Kč	775 237,95 Kč
16	25 995,44 Kč	4 682,44 Kč	21 313,00 Kč	753 924,94 Kč
17	25 995,44 Kč	4 553,71 Kč	21 441,73 Kč	732 483,21 Kč
18	25 995,44 Kč	4 424,20 Kč	21 571,24 Kč	710 911,97 Kč
19	25 995,44 Kč	4 293,91 Kč	21 701,53 Kč	689 210,44 Kč
20	25 995,44 Kč	4 162,83 Kč	21 832,61 Kč	667 377,83 Kč
21	25 995,44 Kč	4 030,96 Kč	21 964,48 Kč	645 413,35 Kč
22	25 995,44 Kč	3 898,30 Kč	22 097,14 Kč	623 316,21 Kč
23	25 995,44 Kč	3 764,83 Kč	22 230,61 Kč	601 085,60 Kč
24	25 995,44 Kč	3 630,56 Kč	22 364,88 Kč	578 720,72 Kč
25	25 995,44 Kč	3 495,47 Kč	22 499,97 Kč	556 220,75 Kč
26	25 995,44 Kč	3 359,57 Kč	22 635,87 Kč	533 584,88 Kč
27	25 995,44 Kč	3 222,85 Kč	22 772,59 Kč	510 812,29 Kč
28	25 995,44 Kč	3 085,31 Kč	22 910,13 Kč	487 902,16 Kč
29	25 995,44 Kč	2 946,93 Kč	23 048,51 Kč	464 853,65 Kč
30	25 995,44 Kč	2 807,72 Kč	23 187,72 Kč	441 665,93 Kč
31	25 995,44 Kč	2 667,66 Kč	23 327,78 Kč	418 338,15 Kč
32	25 995,44 Kč	2 526,76 Kč	23 468,68 Kč	394 869,47 Kč
33	25 995,44 Kč	2 385,01 Kč	23 610,43 Kč	371 259,04 Kč
34	25 995,44 Kč	2 242,40 Kč	23 753,04 Kč	347 506,01 Kč
35	25 995,44 Kč	2 098,94 Kč	23 896,50 Kč	323 609,50 Kč
36	25 995,44 Kč	1 954,60 Kč	24 040,84 Kč	299 568,66 Kč
37	25 995,44 Kč	1 809,39 Kč	24 186,05 Kč	275 382,62 Kč

38	25 995,44 Kč	1 663,31 Kč	24 332,13 Kč	251 050,49 Kč
39	25 995,44 Kč	1 516,34 Kč	24 479,10 Kč	226 571,39 Kč
40	25 995,44 Kč	1 368,49 Kč	24 626,95 Kč	201 944,45 Kč
41	25 995,44 Kč	1 219,74 Kč	24 775,70 Kč	177 168,75 Kč
42	25 995,44 Kč	1 070,10 Kč	24 925,34 Kč	152 243,41 Kč
43	25 995,44 Kč	919,55 Kč	25 075,89 Kč	127 167,52 Kč
44	25 995,44 Kč	768,09 Kč	25 227,35 Kč	101 940,17 Kč
45	25 995,44 Kč	615,72 Kč	25 379,72 Kč	76 560,45 Kč
46	25 995,44 Kč	462,43 Kč	25 533,01 Kč	51 027,44 Kč
47	25 995,44 Kč	308,21 Kč	25 687,23 Kč	25 340,20 Kč
48	25 995,44 Kč	153,05 Kč	25 309,00 Kč	0,00 Kč
Suma	1 247 781,12 Kč	167 278,94 Kč	1 079 968,80 Kč	

Příloha 4: Přehled splátek rodinnému příslušníkovi

Splátka	Velikost splátky	Výše dluhu
		1 100 000 Kč
1. splátka	20 000 Kč	1 080 000 Kč
2. splátka	20 000 Kč	1 060 000 Kč
3. splátka	20 000 Kč	1 040 000 Kč
4. splátka	20 000 Kč	1 020 000 Kč
5. splátka	20 000 Kč	1 000 000 Kč
6. splátka	20 000 Kč	980 000 Kč
7. splátka	20 000 Kč	960 000 Kč
8. splátka	20 000 Kč	940 000 Kč
9. splátka	20 000 Kč	920 000 Kč
10. splátka	20 000 Kč	900 000 Kč
11. splátka	20 000 Kč	880 000 Kč
12. splátka	20 000 Kč	860 000 Kč
13. splátka	20 000 Kč	840 000 Kč
14. splátka	20 000 Kč	820 000 Kč
15. splátka	20 000 Kč	800 000 Kč
16. splátka	20 000 Kč	780 000 Kč
17. splátka	20 000 Kč	760 000 Kč
18. splátka	20 000 Kč	740 000 Kč
19. splátka	20 000 Kč	720 000 Kč
20. splátka	20 000 Kč	700 000 Kč

21. splátka	20 000 Kč	680 000 Kč
22. splátka	20 000 Kč	660 000 Kč
23. splátka	20 000 Kč	640 000 Kč
24. splátka	20 000 Kč	620 000 Kč
25. splátka	20 000 Kč	600 000 Kč
26. splátka	20 000 Kč	580 000 Kč
27. splátka	20 000 Kč	560 000 Kč
28. splátka	20 000 Kč	540 000 Kč
29. splátka	20 000 Kč	520 000 Kč
30. splátka	20 000 Kč	500 000 Kč
31. splátka	20 000 Kč	480 000 Kč
32. splátka	20 000 Kč	460 000 Kč
33. splátka	20 000 Kč	440 000 Kč
34. splátka	20 000 Kč	420 000 Kč
35. splátka	20 000 Kč	400 000 Kč
36. splátka	20 000 Kč	380 000 Kč
37. splátka	20 000 Kč	360 000 Kč
38. splátka	20 000 Kč	340 000 Kč
39. splátka	20 000 Kč	320 000 Kč
40. splátka	20 000 Kč	300 000 Kč
41. splátka	20 000 Kč	280 000 Kč
42. splátka	20 000 Kč	260 000 Kč
43. splátka	20 000 Kč	240 000 Kč
44. splátka	20 000 Kč	220 000 Kč
45. splátka	20 000 Kč	200 000 Kč
46. splátka	20 000 Kč	180 000 Kč
47. splátka	20 000 Kč	160 000 Kč
48. splátka	20 000 Kč	140 000 Kč
49. splátka	20 000 Kč	120 000 Kč
50. splátka	20 000 Kč	100 000 Kč
51. splátka	20 000 Kč	80 000 Kč
52. splátka	20 000 Kč	60 000 Kč
53. splátka	20 000 Kč	40 000 Kč
54. splátka	20 000 Kč	20 000 Kč
55. splátka	20 000 Kč	0 Kč