



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV FINANCÍ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF FINANCES

## PODNIKATELSKÝ PLÁN

BUSINESS PLAN

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

ANEŽKA SEIDLOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. JIŘÍ KOLEŇÁK, Ph.D.

BRNO 2014

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Seidlová Anežka**

---

Účetnictví a daně (6202R049)

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 plán**

v anglickém jazyce:

**Business plan**

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

Seznam odborné literatury:

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

HISRICH, Robert D. a Michael P. PETERS. Založení a řízení nového podniku. 1. vyd. Praha: Victoria publishing, a. s., 1996, 501 s. ISBN 80-85865-07-6.

KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALSKO. Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost. vyd. 1. Brno: Computer Press, 2005, 252 s. Praxe podnikatele. ISBN 80-251-0592-X.

KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. vyd. 1. Brno: Computer Press, a. s., 2007, 216 s. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-251-1605-0.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jiří Kolečák, Ph.D.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/2014.

L.S.

---

prof. Ing. Mária Režňáková, CSc.  
Ředitel ústavu

---

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

V Brně, dne 02.06.2014

## **Abstrakt**

Cílem této bakalářské práce je vytvořit podnikatelský plán na zřízení a provoz dámského fitness centra ve Vsetíně. Práce se zaměřuje na problematiku spojenou s nedostatečným množstvím nabízených služeb pro ženy v daném místě. Při zpracování této práce budou využity SWOT a SLEP analýzy. V závěru práce posoudím, zda je tento podnikatelský plán realizovatelný.

## **Abstract**

The aim of this thesis is to create a business plan for the establishment and operation of women's fitness center in Vsetin. The work focuses on the problems associated with insufficient services offered to women at that location. In this work will be used SWOT and SLEP analysis. The last part of this thesis I will consider whether this is a viable business plan.

## **Klíčová slova**

Podnikání, Podnikatelský plán, Porterův model pěti sil, SWOT analýza, SLEPT analýza

## **Key words**

Business, Business plan, Porter's five forces model, SWOT analysis, SLEPT analysis

## **Bibliografická citace**

SEIDLOVÁ, A. *Podnikatelský plán*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014. 56 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Jiří Kolečák, 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 ve znění pozdějších předpisů).

V Brně dne 3.6. 2014

.....

Podpis student

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala panu Ing. Jiřímu Koleňákovi, Ph.D., za vstřícnost, trpělivost, cenné připomínky a inspiraci, které přispěly k dokončení mé bakalářské práce. Zároveň bych zde chtěla poděkovat své rodině a příteli za podporu během studia.

# OBSAH

1	Teoretické a právní vymezení .....	13
1.1	Podnikání a podnik v České republice .....	13
1.2	Obchodní firma .....	13
1.3	Právní formy podnikání .....	13
1.3.1	Osoba samostatně výdělečně činná .....	14
1.4	Obchodní korporace .....	16
1.4.1	Kapitálové společnosti .....	16
1.4.1.1	Společnost s ručením omezeným .....	17
2	Podnikatelský plán .....	19
2.1	Zásady pro zpracování podnikatelského plánu .....	20
2.2	Struktura podnikatelského plánu .....	20
2.2.1	Titulní strana .....	21
2.2.2	Exekutivní souhrn .....	21
2.2.3	Analýza prostředí .....	21
2.2.4	Popis podniku .....	23
2.2.5	Marketingová strategie a marketingový plán .....	24
2.2.5.1	PEST analýza .....	25
2.2.5.2	Porterův model pěti sil .....	27
2.2.5.3	Analýza vnitřního prostředí - SWOT .....	29
2.2.6	Organizační plán .....	30
2.2.7	Finanční plán .....	30
2.2.8	Přílohy .....	31
3	Praktická část .....	32
3.1	Titulní strana .....	32
3.1.1	Právní forma .....	33
3.1.2	Předmět podnikání .....	34
3.1.3	Odpovědný vedoucí .....	34
3.1.4	Exekutivní souhrn .....	34
3.1.5	Přidaná hodnota .....	35
3.2	Analýza okolí podniku – Externí analýza .....	35



3.2.1	Analýza makrookolí- SWOT analýza .....	35
3.2.2	PEST analýza.....	36
3.3	Analýza okolí podniku- Interní analýza.....	40
3.3.1	Vliv zákazníků .....	40
3.3.2	Stávající konkurence .....	40
3.3.3	Marketingový plán.....	42
3.3.4	Vybavení provozovny .....	45
3.3.5	Organizační struktura.....	46
3.3.6	Finanční plán .....	47
3.3.7	Plán tržeb.....	48
3.3.8	Plán nákladů .....	49
3.3.9	Bod zvratu .....	54
	ZÁVĚR.....	56
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....	57
	SEZNAM PŘÍLOH .....	75

## **Seznam použitých zkratk**

HDP- Hrubý domácí produkt

OSVČ- Osoba samostatně výdělečně činná

NOZ- Nový občanský zákoník

SVČ- Samostatně výdělečná činnost

ZOK- Zákon o obchodních korporacích

## ÚVOD

Téma, které jsem zvolila pro svou bakalářskou práci, je podnikatelský plán, který se týká zřízení a provozu dámského fitness centra ve Vsetíně. Zvolila jsem toto téma také proto, že se od svého dětství věnuji sportu, pocházím z tohoto místa, a tudíž vím, jaké služby jsou zde nabízeny a jaké zde chybí.

V posledních letech je stále více upřednostňován zdravý životní styl. Stoupá tak návštěvnost posiloven, či různých fitness center.

Ve své práci se zaměřuji především na ženskou populaci, jelikož pro ty není dostatek služeb v daném městě. Většině žen více vyhovuje ryze ženské prostředí, proto mnoho z nich dá přednost dámskému fitness centru, před fitness centrem smíšeným. Dalším důvodem je i to, že nechtějí být obtěžovány nepříjemnými pohledy mužů při cvičení. V prostorech nově zřízeného fitness centra, se pro ně budou nacházet stroje, na kterých při pravidelném cvičení vytvarují, či zpevní svou postavu a zredukují váhu.

V teoretické části práce se zabývám především základními pojmy ohledně podnikání a možnosti podnikání. V praktické části zjišťuji konkurenci v daném městě a porovnání nabízených služeb a cen. Jsou zde použity analýzy jako je SWOT, SLEPT, či Porterův model pěti sil. Dále jsou zde kalkulovány náklady, které jsou potřebné k založení a také provozu fitness centra.

V závěru práce posoudím, zda je tento podnikatelský plán realizovatelný, či nikoli.

## **Vymezení globálního cíle a parciálních cílů**

Globálním cílem této bakalářské práce je vypracování podnikatelského plánu na zřízení a provoz dámského fitness centra ve Vsetíně.

Prvním parciálním cílem je využití analýzy SWOT. Zhodnotím jak kladné a záporné stránky podniku, tak možnosti, kterých může podnik využít v budoucnu a taktéž hrozeb, které mohou podniku uškodit. Dalšími použitými analýzami jsou zde SLEPT a Porterův model pět sil.

Druhým parciálním cílem je provedení analýzy trhu. Zjištění konkurenčních fitness center v okolí a porovnání nabízených služeb a cen.

V poslední části bakalářské práce je vyhotoven podnikatelský plán na zřízení dámského fitness centra ve Vsetíně. Vypočtení nákladů, výnosů a zhodnocení, zda je tento podnikatelský plán realizovatelný, či nikoliv.

# 1 Teoretické a právní vymezení

Teoretická část se nejdříve zaměřuje na samotné pojmy, se kterými se setkáváme na samotném začátku podnikání. Dále se bude práce zabývat dělením právních forem, jelikož je důležité, jakou formu podnikání si už na začátku svého podnikání zvolíme.

## 1.1 Podnikání a podnik v České republice

Právní úpravu tohoto zákona a především pojmů, týkajících se podnikání a podnikatele, nenalezneme v zákoně o Obchodních korporacích, ale v Novém občanském zákoníku. V NOZ tento paragraf říká, že ten, kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo podobným způsobem s cílem, činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.<sup>1</sup>

## 1.2 Obchodní firma

Obchodní firma je název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. Podnikatel je povinen činit právní úkony pod svou firmou.<sup>2</sup> Tento název nesmí být zaměnitelný s jinou obchodní firmou a ani nesmí působit klamavě.<sup>3</sup>

## 1.3 Právní formy podnikání

Při volbě právní formy podnikání je třeba vzít v úvahu mnoho důležitých aspektů.

Hlavní kritéria rozhodování o volbě právní formy:

- způsob a rozsah ručení (podnikatelské riziko),
- oprávnění k řízení,
- počet zakladatelů,
- nároky na počáteční kapitál,

<sup>1</sup> §420 nového občanského zákoníku 89/2012 Sb.

<sup>2</sup> tamtéž, §423

<sup>3</sup> tamtéž, §424

<sup>4</sup> SYNEK, M. a kol. *Manažerská ekonomika*.

- administrativní náročnost založení podniku a rozsah výdajů spojených se založením a provozováním podniku,
- účast na zisku (ztrátě),
- finanční možnosti, hlavně přístup k cizím zdrojům,
- daňové zatížení,
- zveřejňovací povinnost<sup>4</sup>

### 1.3.1 Osoba samostatně výdělečně činná

Jak už z názvu vyplývá, osoba podniká sama. Tato forma podnikání je výhodná pro drobné podnikatele, kterým k výkonu jejich činnosti postačí i menší kapitál. Taktéž v tomto případě nedochází až takové státní regulaci jako je tomu například u osobních, či kapitálových společností. Nevýhodou tohoto podnikání je neomezené ručení a problematické získávání kapitálu.

U OSVČ živnost podniku závisí na tom, kolik se dožije jeho samotný majitel. Podnikání jako OSVČ je ve většině případů na základě živnosti.

Definici živnosti najdeme v živnostenském zákoníku. Živnost je soustavná činnost provozovaná vlastním jménem, na vlastní odpovědnost a samostatně, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.<sup>5</sup>

Laicky řečeno, daná osoba se "živí" vlastní prací, kterou nabízí přímo, bez toho aniž by měla zprostředkování zaměstnavatelem.

#### **Podmínky pro provozování živnosti:**

Všeobecnými podmínkami pro osoby fyzické, které chtějí provozovat živnost, jsou:

- a) plná svéprávnost, kterou můžeme nahradit přivolením soudu k souhlasu zákonného zástupce nezletilého k samostatnému provozování podnikatelské činnosti

<sup>4</sup> SYNEK, M. a kol. *Manažerská ekonomika*.

<sup>5</sup> §2 živnostenského zákona 455/1991Sb.

b) bezúhonnost<sup>6</sup>

Bezúhonnost se prokazuje u občanů České republiky výpisem z evidence Rejstříku trestu.<sup>7</sup>

### **Rozdělení živností**

Na základě odborné způsobilosti rozlišujeme živnosti ohlašovací a živnosti koncesované. Živnosti ohlašovací mohou být při splnění stanovených podmínek prováděny na základě ohlášení. Jsou to:<sup>8</sup>

**Živnosti řemeslné-** odborná způsobilost je získána vyučením v oboru a praxí (hodinář, opravář motorových vozidel, zámečník).

**Živnosti vázané-** odborná způsobilost je stanovena pro každou živnost samostatně (výroba, montáž a opravy tlakových zařízení, koltů apod., výroba, montáž, opravy a revize plynových zařízení nebo elektrických zařízení), provozování těchto živností vyžaduje získání průkazu způsobilosti.

**Živnosti volné-** odborná způsobilost není stanovena (všechny ostatní živnosti, od 1.7. 2008 jsou sloučené do jedné – viz Příloha č. 1- Seznam oborů živnosti volné v České republice).<sup>9</sup>

### **Koncesované živnosti**

K této živnosti je potřebné povolení zvané koncese, které je možno získat na živnostenském úřadě. Uchazeč musí mít patřičné vzdělání, případně absolvované speciální kurzy. Zde například spadají služby soukromých detektivů, taxislužba, pohřební služba apod. Podnikatel se prokazuje živnostenským listem nebo koncesní listinou, přičemž je zapsaný v živnostenském registru vedené živnostenským úřadem.<sup>10</sup>

Rysy těchto podniků popsal Karel Engliš: "*Charakteristickým pro podniky individuální je, že osud podniků je úzce spjat se životním zájmem podnikatele, který mu*

<sup>6</sup> §6 odst. 1. živnostenského zákona 455/1991Sb.

<sup>7</sup> tamtéž, §6 odst. 2 a 3.

<sup>8</sup> KISLINGEROVÁ, E. a M. SYNEK. *Podniková ekonomika.*

<sup>9</sup> §19 - §25, §45 - §49 živnostenského zákona č. 455/1991 Sb.

<sup>10</sup> tamtéž, §26 - §27, §50 - §55.

*proto věnuje všemožnou péči a starost. Kromě toho je podnikatel sám neomezeným vládcem podniku a může provést rychle každou dispozici a proměnu v závodě. To jsou přednosti podniků individuálních, vadou ovšem bývá nedostatek kapitálu, který vedl ke tvorbě různých společenských forem podniku.*<sup>11</sup>

## **1.4 Obchodní korporace**

Dle Zákonu č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (resp. Zákon o obchodních korporacích – dále ZOK), jsou děleny na obchodní společnosti a družstva. Obchodní společnosti můžeme dále rozdělit na osobní společnosti, kapitálové společnosti, evropskou společnost a na evropské hospodářské zájmové sdružení.

V osobních společnostech se nachází veřejná obchodní společnost a komanditní společnost.

V kapitálových společnostech pak nalezneme společnost s ručením omezeným a akciovou společnost.

Družstva jsou rozdělena na evropskou družstevní společnost a družstvo jak v úzkém významu, tak jako bytové družstvo či sociální družstvo.<sup>12</sup>

Ve své práci se zaměřím na kapitálové společnosti, přesněji na společnost s ručením omezeným a tuto společnost zde podrobněji popíši.

### **1.4.1 Kapitálové společnosti**

Jak již bylo řečeno, nalezneme zde: "společnost s ručením omezeným" a "akciová společnost". Jejich charakteristickým znakem je kapitálová účast společníků, ne jejich účast na podnikání nebo řízení společnosti.

Jedná-li se o ručení společníků, mluvíme buď o ručení omezeném, nebo dokonce žádném. Jelikož se jedná o kapitálový vztah, je zde jednodušší převod podílů, není zde vyžadována přímá účast společníků na společnosti, při zániku účasti některého ze společníků toto nemá žádný vliv na chod společnosti.

---

<sup>11</sup> KISLINGEROVÁ, E. a M. SYNEK. *Podniková ekonomika*, s. 77.

<sup>12</sup> §1 odst. 1-3. *zákon o obchodních korporacích 90/2012 Sb.*



Zákon vymezuje kapitálovým společnostem soustavu orgánů, které řídí a jednají za společnost. Tyto společnosti lze založit i k jinému než podnikatelskému účelu.

#### **1.4.1.1 Společnost s ručením omezeným**

Tato forma podnikání patří v dnešní době mezi nejrozšířenější.<sup>13</sup> V zákoně je definována jako: „*Společnost s ručením omezeným je společnost, za jejíž dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku v době, kdy byli věřitelem vyzváni k plnění.*“<sup>14</sup>

Společnost je zakládána společenskou smlouvou. Pokud je společnost založena jen jedním zakladatelem, použije se zakladatelská listina pořízena ve formě veřejné listiny, tj. obdoba notářského zápisu. Maximální počet společníků ve společnosti není nijak omezen, respektive je neomezen. Pro nás to znamená jediné, odpadá zde maximální počet 50 společníků, jak tomu bylo dříve.

Ze zákona je zde povinnost tvořit základní kapitál. Minimální výše je zde stanovena na pouhou 1Kč. Tato situace však nastává, pokud je společnost zakládána jen jedním zakladatelem, jelikož zákon stanovuje minimální výši vkladu společníka na 1Kč.

Co se týče ručení společníků za dluhy, jedná se především o splnění vkladové povinnosti. Společníci ručí za všechny závazky společně, z čehož vyplývá, že dokud jeden z nich nesplní tuto povinnost, ručí za něj všichni ostatní společníci, do výše nesplacené částky.

Aby se společník mohl účastnit ve společnosti a mít z toho tak plynoucí práva a povinnosti, musí zde mít určitý podíl. Jedná se o poměr vkladu vůči základnímu kapitálu společnosti. Každý ze společníků může vlastnit více podílů ve společnosti a je jen na něm, jak se svým podílem bude dále nakládat.

---

<sup>13</sup> KORÁB, V., a M. MIHALISKO. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost.*

<sup>14</sup> §132 odst. 1. *zákon o obchodních korporacích 90/2012 Sb.*

Orgány společnosti jsou ustanoveny tak, že nejvyšším je zde valná hromada<sup>15</sup>, která má veškeré pravomoci a která svolává a odvolává jednatele. Statutárním orgánem jsou tedy všichni společníci, či jednatel, kterého ustanovila valná hromada, a jsou oprávněni jednat jménem společnosti. Pokud jich je více, jsou oprávněni jednat každý samostatně jménem společnosti.<sup>16</sup> Posledním orgánem je dozorčí rada, která je vnitřním orgánem a kontroluje činnost jednatelů.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> §44 odst. 1. *zákon o obchodních korporacích 90/2012 Sb.*

<sup>16</sup> *tamtéž*, §194.

<sup>17</sup> *tamtéž*, §201.

## 2 Podnikatelský plán

V této kapitole se zaměřím na základní definici podnikatelského plánu. Také jeho požadovanou strukturu, význam, použití a způsob zpracování.

Podnikatelský plán je písemný dokument zpracovaný podnikatelem, popisující všechny důležité vnější i vnitřní faktory související se založením i chodem podniku.<sup>18</sup>

Podnikatelský plán je koncepce podniku v písemné podobě. Obsahující mimo jiné<sup>19</sup>:

- Cíle a strategie podniku
- Podnikatelský záměr a jeho přednosti
- Vymezení trhu, cílových skupin a konkurentů
- Plán obratu, hospodářského výsledku a financování

**S podnikatelským plánem se také pojí tři základní otázky<sup>20</sup>:**

- Kde jsme nyní? - porozumění produktu, službám, zákazníkům, vlastním a firemním nedostatkům, silám, příležitostem a hrozbám.
- Kam chceme jít? – souhrn cílů pro podnikatele a podnik. Vytvoření si měřítek, které nám určí, zda bylo stanovených cílů dosaženo, či nikoliv.
- Jak se tam chceme dostat? – je důležité si vytvořit strategii, jak chceme svých daných cílů dosáhnout. Kupříkladu stanovit si marketingový plán, či finanční rozpočet.

---

<sup>18</sup> HISRICH, R. D., M. P. PETERS, D. VOLNÝ a kol. *Založení nového podniku*.

<sup>19</sup> WUPPERFELD, UDO. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*.

<sup>20</sup> KORÁB, V., J. PETERKA, M. REZŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*.

## 2.1 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu

Při zpracování podnikatelského plánu, musíme brát ohled na obecně platné zásady. Daný podnikatelský plán musí být:

- **Inovativní-** snaha prokázat zákazníkům, že naše služby a výrobky s unikátní přidanou hodnotou jsou stvořeny pro jejich uspokojení.
- **Srozumitelný a stručný-** podnikatelský plán by měl být především jednoduchý. Neměly by se zde vyskytovat žádné odborné ani technické detaily.
- **Logický a přehledný-** myšlenky a nápady, by měli mít na sebe návaznost. Pro lepší orientaci v podnikatelském plánu je dobré využít tabulek či grafů.
- **Pravdivý a reálný-** všechny údaje uvedené v podnikatelském plánu musí být skutečné a pravdivé.
- **Respektující rizika-** podnikatelský plán vyjadřuje budoucnost, musíme tak počítat s riziky a snažit se jim předejít. A to úplně nebo je aspoň zmírnit.<sup>21</sup>

## 2.2 Struktura podnikatelského plánu

Základ podnikatelské činnosti tvoří dobře vypracovaný podnikatelský plán. Přesná struktura plánu není ale nikde legislativně upravená. Je proto na každém podnikateli, jakou formu si rozhodne zvolit a která bude vyhovovat hlavně jeho podnikání.<sup>22</sup>

Každé rozhodnutí, které při sestavení podnikatelského plánu uděláme, bude mít dopad na naši finanční stránku podniku. Budeme tak nuceni se neustále vracet k přepočítávání zisku a ztrát, k přepočtu finančních toků a podle toho budeme upravovat a zlepšovat jednotlivé stránky našeho podnikání. Nikde není stanoveno, že podnikatelský plán pro mikropodniky nebo živnostenské podniky musí být jednoduchý a pro větší podniky, musí být rozsáhlejší a složitější.<sup>23</sup> Struktura by měla obsahovat tyto části:

---

<sup>21</sup> ŘEHOŘ, V., J. SRPOVÁ a kol. *Základy podnikání.*

<sup>22</sup> FOTR, J. a I. SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování.*

<sup>23</sup> HISRICH, R. D., M. P. PETERS, D. VOLNÝ a kol. *Založení nového podniku.*

### **2.2.1 Titulní strana**

Titulní strana nám podává stručný výklad o obsahu podnikatelského plánu. Uvádí se zde informace o společnosti, jako jsou: název a logo společnosti, sídlo společnosti a kontakty na podnikatele. Dále je zde krátké seznámení se společností, její zaměření a jaké jsou její zdroje financování.<sup>24</sup>

### **2.2.2 Exekutivní souhrn**

Tato část se často zpracovává ideálně až po dokončení podnikatelského plánu, a jen v rozsahu několika stránek, ideálně 3-4 stránkový dokument.<sup>25</sup> Jedná se o stručné shrnutí nejdůležitějších informací z celého plánu (hlavní myšlenka, výhody oproti konkurentům, užitek pro zákazníka, silné stránky, očekávané finanční výsledky, ziskovost apod.).

Exekutivní souhrn se zpracovává především pro získání pozornosti potenciálních investorů. Investoři na základě exekutivního souhrnu rozhodují, zda má smysl pročíst podnikatelský plán celý, či nikoliv. Z tohoto důvodu má velký význam věnovat této části podnikatelského plánu výjimečnou pozornost.<sup>26</sup>

### **2.2.3 Analýza prostředí**

Pro dobře fungující podnik je podstatné zanalyzovat konkurenci a provést segmentaci na daném trhu. Investorům je potřeba dokázat, že trh, na který se chystáme výrobek, či službu zavést má potenciál. Průzkumy trhu by se měly vztahovat pouze k nejdůležitějším výrobkům (službám), aby byly náklady udrženy v rozumné výši.

Klíčové je pro nás vymezit si cílový trh a popsat jeho charakteristické znaky. Přecenění nebo podcenění trhu v rámci podnikatelského plánu je velkou chybou. Abychom s výrobkem (službou) uspěli, musíme porozumět a vyhovět potřebám našich zákazníků. Přizpůsobit výrobek (službu) každému, není možné. Proto je důležité rozdělit trh do skupin podle stanovených kritérií a je tedy nutné provést segmentaci trhu, jak jsem si již zmínila na začátku tohoto odstavce.

---

<sup>24</sup> KORÁB, V., J. PETERKA, M. REZŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán.*

<sup>25</sup> BUCHTA, K. a H. SEDLÁČKOVÁ. *Strategická analýza.*

<sup>26</sup> KORÁB, V., J. PETERKA, M. REZŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán.*

## **Analýza prostředí (trhu) se uskutečňuje v následujících krocích:**

1. Získávání informací
2. Analýza informací
3. Popis celkového trhu
4. Vymezení a popis tržního segmentu
5. Odhady objemu prodeje
6. Analýza konkurence<sup>27</sup>

### **1) Získávání informací**

V rámci získávání informací se nejčastěji a nejrychleji získávají data z internetu. Můžeme ale použít i informace z odborných časopisů či zpráv. Informace o trzích poskytují i databanky, které mají dvě výhody a to, že umožňují přístup k rozsáhlým datům a informace jsou především rychle dostupné.

Jednou z možností jak informace získat je osobní návštěva zákazníka, obchodníka nebo návštěva odborníků na univerzitách a v průmyslových svazech. Čím je organizace větší, tím je pro nás analýza trhu samozřejmě rozsáhlejší a také komplikovanější.<sup>28</sup>

### **2) Analýza informací**

Po získání potřebných dat, je nutné informace, které tímto získáme zanalyzovat. Zaměříme se pouze na 30% pro nás nejdůležitějších a pokusíme se vysvětlit, jak jsme k číslům dospěli.

### **3) Popis celkového trhu**

Zde získáváme informace o tom, kdo je zákazník, které faktory ho přinutí nebo přesvědčí ke koupi produktu. Také jak často přichází na trh nové generace výrobků, jak velký je roční objem trhu apod.

---

<sup>27</sup> VEBER, JAROMÍR a kol. *Management: základy, prosperita, globalizácia.*

<sup>28</sup> SRPOVÁ, JITKA a kol. *Podnikatelský plán.*

#### **4) Vymezení a popis tržních segmentů**

Jak již bylo zmíněno, žádný podnik není schopen uspokojit každého zákazníka. Musí se soustředit na určité skupiny zákazníků a tím přizpůsobit své produkty nebo služby. V případě, že by byl domácí trh velmi malý, musí podnik uvažovat.

#### **5) Odhady objemu prodeje**

Investoři očekávají, že v plánu budou uvedeny plánované údaje o odhadu objemu trhu. Když vynásobíme počet kusů průměrnou cenou, dostaneme teoretický objem trhu, který očistíme o faktory, které zvyšují teoretický trh jako je například pokles ceny. V případě, že podnik již několik let existuje, je nutno uvést skutečné údaje o obratu za posledních 3-5 let.<sup>29</sup>

#### **6) Analýza konkurence**

Jedná se o důležitý faktor, protože ovlivňuje výběr lokality podniku. Prvním krokem je analýza podniků, které působí na stejných trzích nebo prodávají stejné výrobky (služby) tj. skutečná konkurence. Následně je potřeba určit potenciální konkurenci, to znamená, že podniky nepředstavují konkurenci dnes, ale v budoucnu a nesmíme zde zapomenout na prozkoumání jejich silných a slabých stránek.

V případě, že je na našem tržním segmentu konkurence méně silná, máme větší šanci v našich podnikatelských aktivitách na úspěch.<sup>30</sup>

### **2.2.4 Popis podniku**

Tato část, má za úkol v podnikatelském plánu představit podrobně podnik a jeho cíle. Popis se zaměřuje na minulost podniku (tedy pokud existovala) a jeho současný stav. Důležité je popsat:

- vývoj podniku, účel a právní formu
- důvod založení
- původ kapitálu, který je potřebný k podnikání
- vlastníci podniku a vedoucí pracovníci, jejich schopnosti a praktické zkušenosti
- současný stav podniku (počet zaměstnanců, obrat, zisk, aj.)<sup>31</sup>

<sup>29</sup> SKOPAL, P., J. SRPOVÁ, I. SVOBODOVÁ a kol. *Podnikatelský plán a strategie*.

<sup>30</sup> tamtéž

Při popisování podniku se nejedná pouze o základní informace obsahující název, adresu, právní formu a vlastnické vztahy, ale hlavně stanovení cílů a strategií podniku. Ty by měly být v souladu s vizí podniku obsaženy v marketingovém plánu.

Zároveň součástí popisu podniku je seznam registrovaných živností, údaje o velikosti vlastního kapitálu, počet a náplň práce zaměstnanců podniku včetně organizačního schématu.<sup>32</sup>

### 2.2.5 Marketingová strategie a marketingový plán

Začneme-li prozkoumávat trh a okolí, můžeme tím zjistit, které zákazníky chceme oslovit. S marketingovým plánem poté připravíme cestu, jak se k daným zákazníkům dostaneme. Klíčové prvky marketingové strategie jsou dohromady nazývány marketingový mix neboli 4P, tento marketingový mix tvoří:<sup>33</sup>

- *Produkt (product),*
- *Cena (price),*
- *Distribuce (place),*
- *Propagace (promotion)*

Marketingový plán je strategickým plánem podniku, je to jednoduchý nástroj, díky němuž může podnik dokázat zvýšit svůj zisk i obrát a mít tak marketing pod kontrolou.<sup>34</sup>

Neměl by scházet v žádném podnikatelském plánu, i když v některých podnicích, zejména těch menších, se často nezpracovává. Jedná se vlastně o strategický plán podniku, kdy podnik naznačuje, jak se hodlá na daném trhu prosadit a uspět proti konkurenčním podnikům.<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup> KISLINGEROVÁ, E. a M. SYNEK. *Podniková ekonomika.*

<sup>32</sup> HISRICH, R. D., M. P. PETERS, D. VOLNÝ a kol. *Založení nového podniku.*

<sup>33</sup> KORÁB, V., J. PETERKA, M. REZŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán. s. 22.*

<sup>34</sup> MAGDA ČEVELOVÁ. *Marketingový plán. Cevelova.cz [online].*

<sup>35</sup> SRPOVÁ, JITKA a kol. *Podnikatelský plán.*



### **Situační analýza**

Prvním krokem k marketingovému plánu je situační analýza. Zkoumá jednotlivé složky a vlastnosti vnějšího prostředí (mikroprostředí a makroprostředí), ve kterém se daná firma vyskytuje. *Smyslem provádění situační analýzy je nalezení správného poměru mezi příležitostmi, jež přicházejí v úvahu ve vnějším prostředí a jsou výhodné pro firmu, a mezi schopnostmi a zdroji firmy.*<sup>36</sup>

**Obsah situační analýzy je vyjádřen v 5C<sup>37</sup>:**

- Climate/Context – makroekonomické faktory
- Collaborators – spolupracovníci
- Company – podnik
- Competitors – konkurenti
- Customers – zákazníci

Tato práce bude současný stav podniku zjišťovat pomocí analýzy pro makro prostředí (PEST analýza) a analýzy pro mikro prostředí (Porterův model a SWOT analýza).

#### **2.2.5.1 PEST analýza**

Je zaměřena na makrookolí podniku, tedy na externí okolí, ve kterém podnik působí. Analyzuje klíčové součásti vnějšího okolí podniku, kterými jsou politicko-legislativní, ekonomické, sociálně kulturní a technologické faktory.

---

<sup>36</sup> JAKUBÍKOVÁ, DAGMAR. *Strategický marketing- Strategie a trendy*. s. 78.

<sup>37</sup> tamtéž



Obrázek č. 1: PEST analýza<sup>38</sup>

Důležitost jednotlivých faktorů se liší od odvětví, samotného podniku či dalších různých situací.<sup>39</sup>

- **Politicko-legislativní faktory-** Promítají se zde jednotlivé legislativní předpisy pro naše podnikání. Je rozdíl, zda budeme podnikat v cizině, či České republice. Patří zde například: daňová politika, regulace vlády, obchodní a celní zákony.
- **Ekonomické faktory-** Objevují se zde ekonomické podmínky na daném trhu. Typickými ukazateli jsou například: HDP, podpora zaměstnanosti, podpora exportu, cykly a fáze ekonomiky.<sup>40</sup>
- **Sociálně-kulturní faktory-** Za sociální faktory jsou považovány demografické faktory, jako jsou populační věkový mix, etnikum, vzdělání apod. Patří sem i hodnotové postoje a stupnice lidí, životní styl, životní úroveň, kultura, zdravotní stav a struktura populace.<sup>41</sup>
- **Technologické faktory-** Zahrnuje technologický pokrok, tedy nové vynálezy a zásadní inovace. Investice do výzkumu a vývoje jsou v současnosti na jedné straně nutné, na druhé však přinášejí i určitá rizika. V rámci této části analýzy by

<sup>38</sup> EDOLO. Pest analýza. *Edolo.cz* [online].

<sup>39</sup> MARINIČ, P., a R. NÝVLTOVÁ. *Finanční řízení podniku: Moderní metody a trendy*.

<sup>40</sup> EDOLO. Pest analýza. *Edolo.cz* [online].

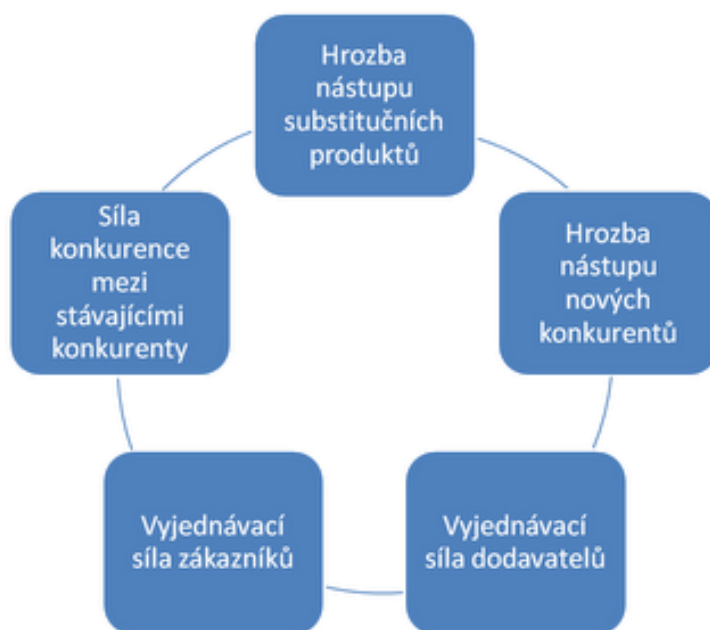
<sup>41</sup> LHOTSKÝ, JAN. *Strategický management: jak zajistit budoucí úspěch podniku*.

mělo dojít k předpovědi nejpravděpodobnějšího směru technologického vývoje, aby byl podnik schopen odhalit příležitosti a zabránit rizikům.<sup>42</sup>

### 2.2.5.2 Porterův model pěti sil

Často používaným nástrojem pro analýzu odvětvového prostředí podniku je Porterův model „pěti sil“. Tento model zohledňuje pět základních faktorů, které mohou tvořit konkurenci a jejichž důležitost závisí na odvětví, ve kterém daná firma působí.<sup>43</sup> Jsou to tyto faktory<sup>44</sup>:

- hrozba silné rivality
- hrozba vstupu nových konkurentů
- hrozba nahraditelnosti (substituce) výrobků
- hrozba rostoucí vyjednávací síly zákazníků
- hrozba rostoucí vyjednávací síly dodavatelů



Obrázek č. 2: Porterův model pěti sil<sup>45</sup>

<sup>42</sup> LHOTSKÝ, JAN. *Strategický management: jak zajistit budoucí úspěch podniku.*

<sup>43</sup> DUBEC, R., M. GRASSEOVÁ, D. ŘEHÁK. *Analýza v rukou manažera: 33 nepoužívanějších metod strategického řízení.*

<sup>44</sup> tamtéž

<sup>45</sup> BYZNYS SLOVÍČKA. Metodiky: Porterův model pěti sil. *Byznyslovicka.cz* [online].

- **Hrozba silné rivality**

Popisuje intenzitu soutěžení mezi stávajícími firmami v odvětví. Čím vyšší je konkurence na trhu, tím nižší jsou očekávané příjmy pro společnost. Po vyhodnocení této síly se podnik snaží vylepšit svou pozici na trhu.

- **Hrozba vstupu nových konkurentů**

Čím je vstup na daný trh snadnější, tím vyšší soutěživost se dá očekávat mezi firmami. Faktory, které naopak zabraňují vstupu firem na trh, čili bariéry vstupu, mohou být například vysoké fixní náklady v odvětví, nedostatek zdrojů, vysoká loajalita zákazníků ke stávajícím značkám. V tomto případě by měl podnik posoudit, jak tyto bariéry navýšit.

- **Hrozba rostoucí vyjednávací síly dodavatelů**

Tento problém nastává v případech, kdy dodavatelé poskytují jedinečné výrobky a firma by měla mít snahu s nimi budovat dobrý vztah.

- **Hrozba rostoucí vyjednávací síly zákazníků**

Značí, jaký tlak dokážou vyvinout zákazníci na společnost. Vysoká míra jejich schopnosti vyvíjet tento tlak může být důsledkem nízkého počtu kupujících. Východiskem je se zaměřením se na zákazníky a snaha o snížení tohoto vlivu.

- **Hrozba nahraditelnosti (substituce) výrobků**

Vypovídá o pravděpodobnosti, že zákazník změní produkt, či přejde ke konkurenci. Možnost nahraditelnosti výrobků omezuje jejich ceny i potencionální zisk. V takovém případě se podnik snaží snížit substituční hrozbu.<sup>46 47</sup>

---

<sup>46</sup> INVESTOPEDIA. Industry Handbook: Porter's 5 Forces Analysis. *Investopedia.com* [online].

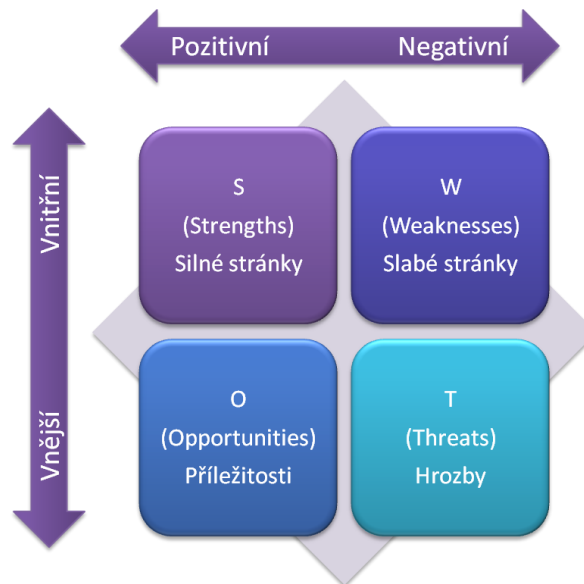
<sup>47</sup> DUBEC, R., M. GRASSEOVÁ, D. ŘEHÁK. *Analýza v rukou manažera: 33 nejpoužívanějších metod strategického řízení.*

### 2.2.5.3 Analýza vnitřního prostředí - SWOT

Poté, co bylo zanalyzováno vnější prostředí podniku, zaměříme se nyní na prostředí vnitřní.

SWOT analýza je nástrojem, jež hodnotí jak silné a slabé stránky, tak i příležitosti a hrozby podniku. Je důležité zanalyzovat projekt ze všech stran a ukázat, že autor podnikatelského plánu promyslel různé možnosti a eventuality a že má připravené řešení. SWOT analýza vychází z anglického základu:

- **S - Strengths (silné stránky)**
- **W - Weaknesses (slabé stránky)**
- **O - Opportunities (příležitosti)**
- **T - Threats (hrozby)**



Obrázek č. 3: SWOT analýza<sup>48</sup>

Při analýze je třeba rozebrat všechny aspekty podnikatelského záměru z pozice těchto čtyř oblastí.

**Silné stránky** – zde můžeme například zařadit zkušený management, kvalifikovanou pracovní sílu, kvalitní servis, který má náš podnik lepší než konkurence.

**Slabé stránky**- jedná se například o nedostatek pracovních zkušeností, cenovou politiku, nedostatek jazykových, či odborných znalostí.

<sup>48</sup> BYZNYS SLOVÍČKA. Ekonomika, management: Swot analýza. *Byznys Slovicka.cz* [online].

**Analýza příležitostí a hrozeb** - soustředí se na okolí podniku. Umožňuje zdůraznit atraktivní příležitosti, které mohou podniku přinést výhody. Současně nutí firmu se zamyslet nad problémy, které bude muset řešit. Příležitosti by měly být posuzovány z hlediska jejich atraktivnosti a pravděpodobnosti úspěchu. Naopak rizika z hlediska závažnosti a pravděpodobnosti, že nastanou.<sup>49</sup>

### **2.2.6 Organizační plán**

V této části bychom měli nalézt právní formu podniku ale i důvod jejího výběru. Dále by měl organizační plán obsahovat popis osob, které se podílejí nebo budou podílet na činnosti podniku, zejména členové vedení a popřípadě i jejich dosažené vzdělání, kvalifikační předpoklady, získané zkušenosti (praxe) v oboru, které jsou důležité pro uskutečnění podnikatelského plánu.

Pokud se jedná o větší podnik s větším počtem zaměstnanců, organizační plán obsahuje i organizační strukturu podniku, tedy definování vztahů nadřazenosti a podřízenosti mezi pracovníky, jejich pravomoci a odpovědnost. V organizačním plánu by měl být stanoven i způsob odměňování pracovníků, na základě dosažení stanovených cílů.<sup>50</sup>

### **2.2.7 Finanční plán**

Z pohledu potenciálního investora, či podnikatele je považován za nejdůležitější část podnikatelského plánu. Hlavním účelem finančního plánu je ověřit proveditelnost podnikatelského záměru z finančního hlediska a zajistit finanční stabilitu nově založenému podniku.

Každý finanční plán musí obsahovat souhrn všech nákladů, které je nutné vynaložit v souvislosti se založením podniku. Kromě toho v něm musí být specifikovány i zdroje, z nichž podnikatel plánuje čerpat finanční prostředky na úhradu vzniklých nákladů. Finanční plán podniku se obvykle sestává z následujících částí:

---

<sup>49</sup> KORÁB, V. a M. MIHALSKO. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost.*

<sup>50</sup> PETROVIČ, M. *Analýza podnikatelského záměru na výstavbu větrných elektráren.*

1. Soupis vlastního vloženého kapitálu
2. Plán nákladů - vstupní náklady, fixní náklady, variabilní náklady
3. Plán výnosů (tržeb)
4. Základní účetní výkazy- výkaz cash-flow, výkaz zisku a ztrát, výkaz rozvahy
5. Výkaz ekonomické výnosnosti- analýza bodu zvratu, návratnost investic<sup>51</sup>

### **2.2.8 Přílohy**

Obsah příloh není nikde nijak specifikován, ale lze zde uvést informativní materiály, jako jsou: korespondence se zákazníky, informace z vlastního výzkumu, certifikáty, licence, důležité smlouvy, výpisy z obchodního rejstříku a jiné. Dále pak účetní výkazy (rozvaha, výsledovka a výkaz cash-flow).<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> KORÁB, V. a M. MIHALISKO. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost.*

<sup>52</sup> SRPOVÁ, J., J. VEBER a kol. *Podnikání malé a střední firmy.*

## 3 Praktická část

### 3.1 Titulní strana

***Informace o fitness centru:***

**Název:** DÁMSKÉ FITNESS CENTRUM- BeFit

**Datum založení:** 1.1.2015

**Provozovna:** Dolní náměstí, Vsetín

**Jméno podnikatele:** Anežka Seidlová

**Právní forma:** osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)

**Předmět podnikání:** provozování tělovýchovných a sportovních služeb - zaměřené na dámskou populaci, Poradenství v oblasti fitness, Trenérská činnost, Prodej výživových doplňků

**Odpovědný vedoucí:** Jakub Šmiřák



### 3.1.1 Právní forma

Pro mne jako začínajícího podnikatele se mi jevila nejvýhodnější varianta podnikání osoba samostatně výdělečně činná, dále jen OSVČ.

Není nutno zde vytvářet základní kapitál, tudíž nehrozí žádné spory se společníky. Je jednodušší i v tom, že zde není taková administrativní náročnost, jak je tomu kupříkladu u společnosti s ručením omezeným. V každém případě pokud budu své podnikání rozšiřovat do okolních měst, budu již volit právní formu s.r.o.

Abych mohla podnikat jako OSVČ, musím od příslušného Živnostenského úřadu získat Živnostenský list. Onen list vystaví do 15 dnů, od doručení ohlášení, pokud budou splněny všechny podmínky<sup>53</sup>:

- Doklad o zaplacení správního poplatku 1 000 Kč za každou ohlašovanou živnost
- Prokázání se, předložením občanského průkazu a dosažení věku 18 let
- Výpis z rejstříku trestů bezúhonnosti
- Prokázání se, výpisem z finančního úřadu, kde nemáme žádný daňový nedoplatek
- Doklady o odborné způsobilosti požadované u řemeslných, vázaných živností

Každý podnikatel má na začátku podnikání také své povinnosti. Musí podat přihlášku k registraci poplatníka daně z příjmů a to do 15 dnů, ve kterém započal vykonávat činnost, která je zdrojem příjmů z podnikání.

Dále oznámit příslušné zdravotní pojišťovně zahájení SVČ, nejpozději do osmi dnů ode dne, kdy tuto činnost zahájil.

je povinen oznámit příslušné správě sociálního zabezpečení den zahájení SVČ, a to nejpozději do osmého dne měsíce následujícího po měsíci, v němž zahájila SVČ.

---

<sup>53</sup> BRNO. Živnostenský úřad města Brna: Základní povinnosti podnikatelů vůči finančnímu úřadu, správě soc. zabezpečení, úřadu práce a zdravotní pojišťovně. *Brno.cz* [online].

### **3.1.2 Předmět podnikání**

Jelikož jsem zvolila druh podnikání jako OSVČ, je tato živnost dle Živnostenského zákona příloha č. 2, živnost vázaná - poskytování tělovýchovných a sportovních služeb.

Abychom mohli tuto živnost provozovat, je nezbytně nutné prokázat odbornou způsobilost, což znamená získat:

- Vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a studijním oboru zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport, nebo.
- Vyšší odborné vzdělání v oboru vzdělání zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport, nebo.
- Osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována.

### **3.1.3 Odpovědný vedoucí**

Ve fitness centrum BeFit, jsem za odpovědného vedoucího zvolila Jakuba Šmíráka. Vystudoval na Sportovní fakultě Masarykovy v Brně obor: Trenérství a fitness a také má požadovanou praxi v tomto oboru, která je vyžadována Živnostenským zákonem. (viz Příloha č.: 5 a Příloha č.: 6).

### **3.1.4 Exekutivní souhrn**

Fitness centrum BeFit, bude zaměřené na služby poskytované ženám, všech věkových kategorií. Zákaznice zde mohou přijít nejen cvičit, ale také zakoupit výživové doplňky nebo využít odborné konzultace s výživovým poradcem či fitness trenérem.

Mým cílem je dosáhnout toho, aby každá zákaznice, která si zde přijde zacvičit nebo se poradit, odcházela spokojená s vědomím, že se sem zase vrátí. Správným přístupem k zákaznicím a také propagací fitness centra BeFit, chci docílit výhradního postavení na tomto trhu ve Vsetíně.

### 3.1.5 Přidaná hodnota

Pozornost bych chtěla zaměřit především na jednání se zákaznicemi. Chci vybudovat v podvědomí zákaznic pocit, že právě naše fitness centrum je pro ně to pravé ale i poradenství ohledně cvičení a výživy obecně. Toho chci docílit prostřednictvím speciálně vyškoleného personálu, který bude mít znalosti jak z oblasti fitness, tak i jednání se zákazníkem. Krom marketingových akcí budeme pořádat i pravidelné fitness workshopy, kde profesionálové nebo odborníci představí jak nové trendy v oblasti cvičení, tak i výživové doplňky.

Odměnou pro zákaznice, které si u nás zakoupí měsíční, či časově delší permanentku bude online cvičení s fitness trenérem dvakrát do týdne zdarma. Při koupit této permanentky jim bude dán univerzální kód, díky němuž se přihlásí přes naše webové stránky a budou si moci z pohodlí domova zacvičit.

## 3.2 Analýza okolí podniku – Externí analýza

### 3.2.1 Analýza makrookolí- SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY	PŘÍLEŽITOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>· UMÍSTĚNÍ V CENTRU MĚSTA</li><li>· RODINNÁ A PŘÁTELSKÁ ATMOSFÉRA</li><li>· BLÍZKOST OBLÍBENÉ RESTAURACE</li><li>· ŠIROKÝ SORTIMENT NABÍZENÝCH SLUŽEB</li><li>· NOVÉ A MODERNÍ VYBAVENÍ</li><li>· CELODENNÍ OTEVÍRACÍ DOBA</li><li>· KVALIFIKOVANÝ PERSONÁL</li><li>· PRAVIDELNÉ ŠKOLENÍ PERSONÁLU A ZAMĚSTNANCŮ</li><li>· ZVÝHODNĚNÉ PERMANENTKY</li><li>· NÍZKÁ KONKURENCE V OKOLÍ</li><li>· VELKÝ POČET POTENCIÁLNÍCH ZÁKAZNIC</li><li>· VLASTNÍ INTERNETOVÉ STRÁNKY S MOŽNOSTÍ ON-LINE REZERVACE</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· MOŽNOST ROZŠÍŘENÍ FITNESS CENTRA BEFIT DO OKOLNÍCH MĚST</li><li>· ÚPRAVA OTEVÍRACÍCH HODIN DLE ZÁJMU ZÁKAZNIC</li><li>· ZÍSKÁNÍ NOVÝCH ZÁKAZNIC, PROSTŘEDNICTVÍM SLEVOVÝCH PORTÁLŮ</li><li>· POŘÁDÁNÍ SPORTOVNÍCH VÍKENDŮ</li><li>· VÝSTAVBA VÝŘIVKY, SAUNY, SOLÁRIA</li></ul>
SLABÉ STRÁNKY	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"><li>· MALÉ ZKUŠENOSTI A PRAXE V PODNIKÁNÍ</li><li>· NENÍ VYBUDOVÁNO JMÉNO FIRMY</li><li>· FINANČNÍ ZADLUŽENOST Z DŮVODU VYSOKÝCH POČÁTEČNÍCH NÁKLADŮ</li><li>· NEDOSTATEK PARKOVACÍCH MÍST</li><li>· ZAMĚŘENÍ PŘEDEVŠÍM NA FITNESS A POSILOVÁNÍ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· EXISTUJÍCÍ KONKURENCE NA DANÉM TRHU</li><li>· ZÁJEM O JINÝ DRUH SPORTOVNÍCH ČINNOSTÍ</li><li>· NEMOŽNOST OBNOVOVAT FITNESS CENTRUM PODLE NEJNOVĚJŠÍCH TRENDŮ</li><li>· ZHORŠENÍ EKONOMICKÉ SITUACE OBYVATELSTVA, KTERÉ BY MOHLO OMEZIT NEBO UKONČIT NÁVŠTĚVNOST PODNIKU</li></ul>

Obrázek č. 4: SWOT analýza fitness centra<sup>54</sup>

<sup>54</sup> Vlastní zpracování

### 3.2.2 PEST analýza

#### ▪ Politicko-legislativní faktory

Fitness centra se bude týkat zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů. Konkrétněji jeho části a to §2 – 16a. Daň z příjmu fyzických osob činí dle §16 zákona o daních z příjmů 19%. Vypočítá se jako součin základu daně, od kterého se odečtou nezdanitelné části základu daně a odčitatelné položky, a sazby daně.

Dle legislativy České republiky lze podnikat i v zahraničí. S vybranými zeměmi má ČR uzavřenou smlouvu o zamezení dvojímu zdanění. Jedná se především o členské státy Evropské unie.

#### ▪ Ekonomické faktory

Pro mé fitness centrum je velmi důležité sledování základních ekonomických faktorů, které popisují vývoj hospodářského cyklu. V období recese a snižování tak počtu zaměstnaných v okolí, může zde výrazně ovlivnit návštěvnost. Uvedu zde vývoj ukazatelů za posledních 9let a to HDP, průměrné mzdy a také nezaměstnanost.

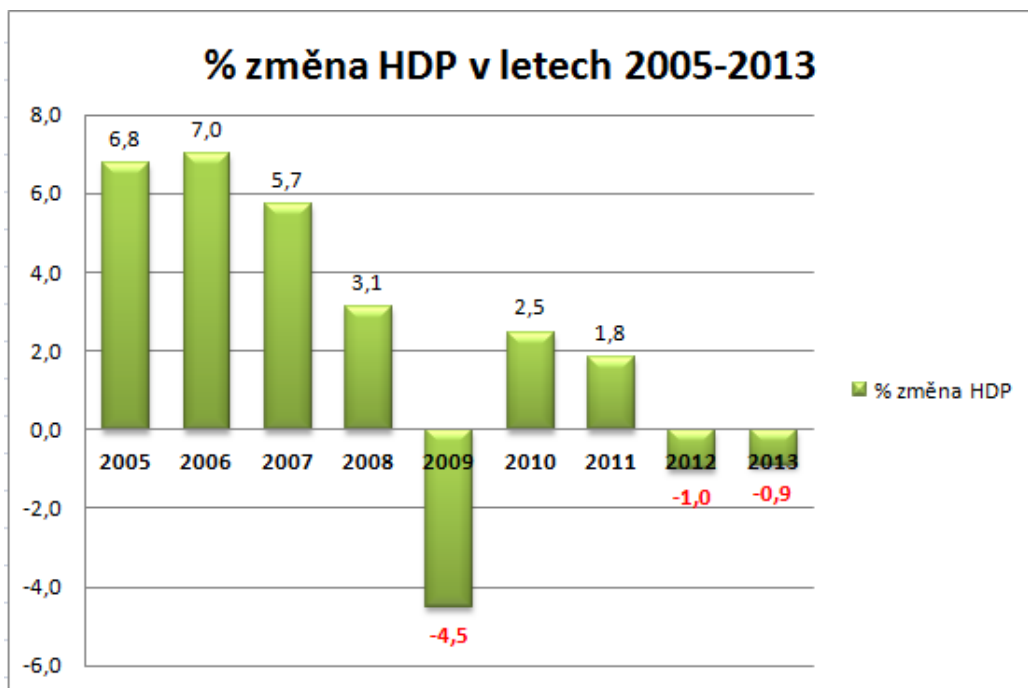
Vývoj Hrubé domácího produktu ČR ukazuje následující tabulka. Do záporných čísel se HDP dostává v letech 2009 následkem finanční krize a opět až v roce 2012 a 2013. Zlínský kraj se v roce 2012 podílel na HDP ČR 4,9 procenty, obsadil tak 7. místo mezi všemi kraji ČR.<sup>55</sup>

**Tabulka č. 1: Procentuelní změna HDP v letech 2005-2013**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
HDP celkem v mld. Kč	3 116,1	3 352,6	3 662,6	3 848,4	3 759,0	3 790,9	3 823,4	3 845,9	3 883,8
% změna HDP	6,8	7,0	5,7	3,1	-4,5	2,5	1,8	-1,0	-0,9

<sup>55</sup> REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SYSTÉM. Hospodářské prostředí: Makroekonomické ukazatele. *Risy.cz* [online].



Graf č. 1: Procentuelní změna HDP v letech 2005-2013<sup>56</sup>

#### ○ Průměrná mzda

Od roku 2005 můžeme zaznamenat v průměrných mzdách rostoucí tendenci. Až v roce 2009 se mzdy mírně snížily, ale v roce 2010 opět vzrostly. Následující rok mají mzdy opět klesající tendenci.

V roce 2013 činila průměrná mzda ve Zlínském kraji 21.994Kč. Jedná se o druhý nejnižší výsledek tohoto roku. Průměrná mzda za celý rok 2013 v ČR činila 25.128Kč, což je meziročně o 0,1 procenta více.

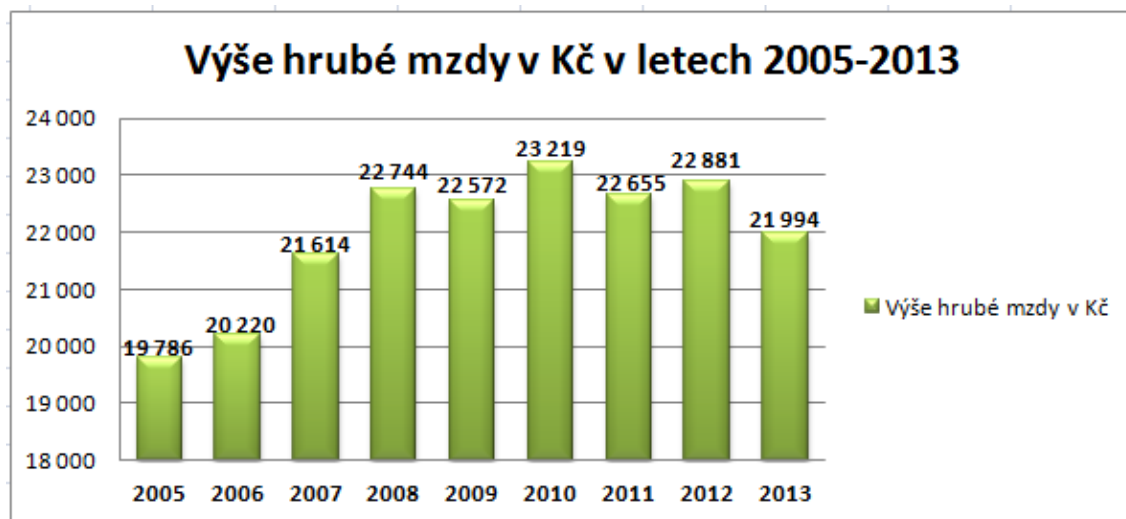
Tyto údaje bych ve fitness centru mohla využít v budoucnu. Pokud bych se rozhodla, že příjmu zaměstnanec na hlavní pracovní poměr, budu mít díky těmto informacím přehled, kolik a kde je komu vypláceno za práci.

<sup>56</sup> ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Statistiky: HDP, regionální účty. *Czso.cz* [online].

Tabulka č. 2: Vývoj hrubé mzdy ve Zlínském kraji v letech 2005 – 2013

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Výše hrubé mzdy v Kč	19 786	20 220	21 614	22 744	22 572	23 219	22 655	22 881	21 994



Graf č. 2: Výše hrubé mzdy v korunách v letech 2005-2013<sup>57</sup>

#### o Nezaměstnanost

Od roku 2005 do roku 2008 můžeme zaznamenat klesající vývoj nezaměstnanosti ve Zlínském kraji. Ta se opět navýšila v roce 2009, kde přesáhla i hranici 10% a držela se tak do následujícího roku. V roce 2011 klesla o 1,3% avšak v následujícím roce opět přesáhla hranici 10%. Ke konci roku 2012 evidoval úřad práce ve Zlínském kraji 25 uchazečů na jedno pracovní místo.

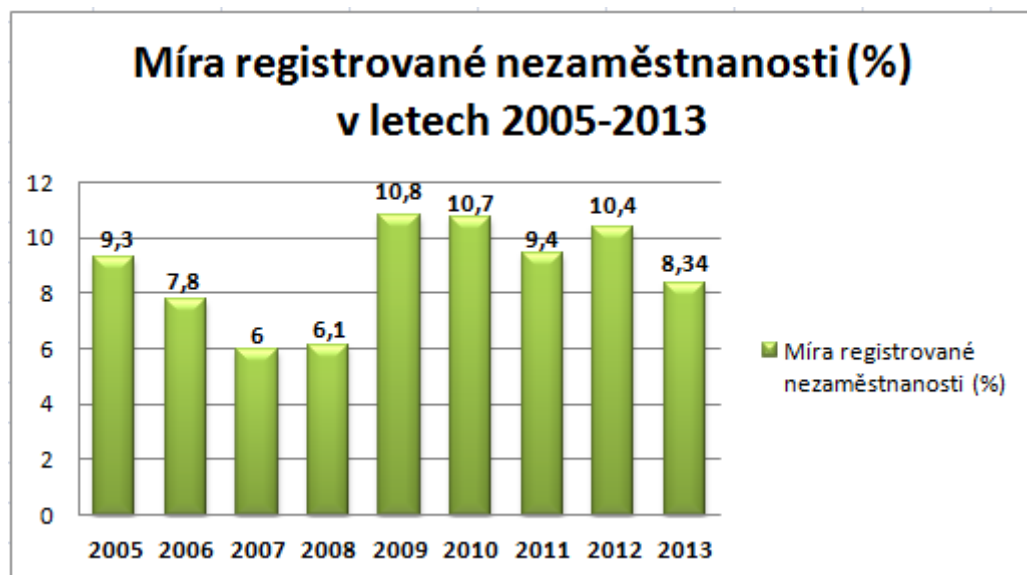
V roce 2013 se míra registrované nezaměstnanosti výrazně snížila, což je pro Zlínský kraj velmi dobré.

<sup>57</sup> ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Statistiky: Mzdy, náklady práce. Czso.cz [online].

**Tabulka č. 3: Míra nezaměstnanosti**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Míra registrované nezaměstnanosti (%)	9,3	7,8	6,0	6,1	10,8	10,7	9,4	10,4	8,34



**Graf č. 3: Míra registrované nezaměstnanosti (%) v letech 2005-2013<sup>58</sup>**

▪ **Sociálně-kulturní faktory**

Počet obyvatel města Vsetína, kde chci plánované fitness centrum BeFit zřídit, je 26 817. Z uvedeného počtu obyvatel tvoří 52% právě ženy, průměrného věku 43,8 let. Fitness centrum je zaměřené na ženy všech věkových kategorií, tudíž se zde nebudou věnovat počtu a věku obyvatelstva.

▪ **Technologické faktory**

V současné době sehrává důležitou roli především internet, fitness centrum BeFit bude mít své webové stránky, které zákaznice budou moci kdykoliv navštívit. Výhodou zde bude možnost virtuální prohlídky, či přímého přenosu ze cvičení v danou

<sup>58</sup> ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Statistiky: Zaměstnanost, nezaměstnanost. *Czso.cz* [online].

hodinu. Naleznou zde také informace o fitness centru, ale i slevové akce, popřípadě novinky v oblasti cvičení a výživy.

### **3.3 Analýza okolí podniku- Interní analýza**

Pro analýzu mikrookolí využijeme Porterův model konkurenčního prostředí, který nám identifikuje v prostředí společnosti pět sil. Ty mají vliv na soupeření na trhu a důsledek tohoto soupeření v konečné fázi ovlivňuje i mé fitness centrum.

#### **3.3.1 Vliv zákazníků**

Jak jsem se již zmínila výše, cílovou skupinou pro fitness centrum jsou zde pouze ženy. Zaměřila jsem se především na zákaznice z města Vsetína a blízkého okolí. V budoucnu bych ale své fitness centrum ráda rozšířila do celého Zlínského kraje. Cílem mého fitness centra bude do prvního roku získat přibližně 10% zákaznic z celkového počtu cca. 8000.

#### **3.3.2 Stávající konkurence**

Při analýze konkurence jsem se zaměřila na jednotlivá fitness centra, jejichž zaměření je na ženy a nachází se v oblasti, kde budu svůj podnikatelský plán realizovat, což je město Vsetín. Ve Vsetíně jsem objevila pouze jedno dámské fitness centrum a to **LadyFitClub**. Při analýze tohoto fitness centra jsem se zaměřila na nabízené služby a jejich ceny, velikost cvičebních prostor, kvalitu poskytovaných služeb a v neposlední řadě na kvalifikovaný personál.

#### **LadyFitClub<sup>59</sup> - nabízené služby:**

- Kruhový trénink
- Sluneční louka
- Vibrační plošina
- Zážitkový běh
- Masážní lůžko

---

<sup>59</sup> LADYFITCLUB. *Ladyfitclub.cz* [online].



### **Otvírací doba:**

Pondělí – Pátek 8:00 – 20:00

Sobota - 8:00 – 12:00

### **Ceník:**

Kruhový trénink: jednorázový vstup na 45 minut 99Kč

Zážitkový běh jednorázový vstup na 45 minut 99Kč

Vibrační plošina 1 minuta 5Kč

Masážní postel jednorázový vstup na 15 minut 99Kč

Sluneční louka 1 minuta 5Kč

**Zvýhodněné akce:** Při nákupu permanentky speciál za 699Kč, 20 vstupů na cokoliv dle vlastního výběru s platností 1 měsíc.

Masážní lůžko + plošina za 99Kč

8x vstup dle vlastního výběru za 640Kč

8x vstup dle vlastního výběru + 10 vibrační plošina 800Kč

### **LadyFitClub**

Jedná se o jedinou konkurenci na daném trhu ve Vsetíně. Při daném průzkumu jsem zjistila, že jejich výběr služeb je pro zákaznice velmi omezený a cvičební prostory jsou zde pro větší skupinku žen dosti stísněné.

Jako další nevýhodu bych označila malý počet strojů na cvičení. Jedná-li se o fyzické zatížení, je zde na výběr vibrační plošina, kruhový trénink a běžící pás. Kapacita běžícího pásu je pouze 1 osoba na 45 minut, maximálně tedy 17 osob za den.

Dle mého názoru je pás zbytečně předražený a měl by být spíše zakomponován v kruhovém tréninku. Co se týče vibrační plošiny, je cena srovnatelná s cenou v jiných městech, ale nevýhodou je, že fitness centrum nemá na toto zařízení trenéra. Kapacitně je na tom stejně, jak běžící pás. Maximální počet na den je tedy omezen na 17 osob.

Kruhový trénink je pro zákaznice strojově dosti omezený, ale cena je dle této nabídky, dle mého názoru přiměřená.

Jak jsem se již zmínila výše, LadyFitClub nemá žádného trenéra ani výživového poradce, pouze vyškolený personál, který ovládá používání strojů a zároveň obsluhuje recepci.

I když LadyFitClub má během měsíce různé akce, nenabízí žádné zvýhodněné vstupné pro studenty a cvičení je omezeno pouze na 45 minut.

Dalším nedostatkem tohoto fitness je malá šatna, kde se mohou převléci naráz maximálně dvě osoby. Nachází se v budově polikliniky, což je dle mého úsudku velmi dobrá poloha. Mohou ho tak navštěvovat nejen zákaznice z okolí, ale také pacientky polikliniky a zde pracující doktorky a sestry.

LadyFitClub vlastní billboard vystavený na poliklinice, ale jinde ve městě se žádná reklama nenachází. Co se týče jejich webových stránek, nevypadají příliš profesionálně. Informace o fitness centru zde chybí úplně, a co se týče ostatních věcí, působí informace na stránkách velmi zmateně.

Toto fitness centrum se nachází 10 minut volnou chůzí od fitness centra mého. Nejedná se dle mého názoru o velkou konkurenci, proto by mé podnikání v tomto oboru mohlo uspět.

### **3.3.3 Marketingový plán**

V této části se skrze marketingové nástroje budu snažit dosáhnout marketingových cílů na daném trhu.

- **Produkt**

Dámské fitness centrum je zřízeno pro ženy a to jakéhokoliv věku. Jeho účelem je poskytování, jak tělovýchovných služeb, tak i poradenství v oblasti výživy a trenérské činnosti. Cílem je uspokojovat potřeby všech zákaznic, které do fitness centra zavítají.

Ty, které chtějí docílit nejviditelnějších výsledků, mají možnost najmout si zde profesionálního fitness trenéra - Jakuba Šmiřáka. Ten zákaznicím poradí nejen, jak na strojích správně cvičit, ale sestaví i ideální cvičební plán a výživový poradce zase jídelníček.

Aby zákaznice mohly využít našich služeb, byla navrhnutá otevírací doba tak, aby vyhovovala všem, co do fitness centra zavítají.

**Tabulka č. 4: Otevírací doba**  
(Zdroj: Vlastní zpracování)

<b>OTEVÍRACÍ DOBA</b>	
<b>Pondělí - Pátek</b>	<b>6:00 – 21:00</b>
<b>Sobota</b>	<b>7:00 – 22:00</b>
<b>Neděle</b>	<b>7:00 – 22:00</b>

- **Cena**

Stanovená cena bude kalkulována tak, aby mohla konkurovat jiným fitness centrům, které nabízejí stejnou či obdobnou službu. Vzhledem k poloze fitness centra v centru města, předpokládám výhodu v tom, že zákaznice budou moci vyzkoušet naše služby v porovnání s konkurencí na dostupnějším místě.

Cena vstupného a permanentek je rozlišena na dvě kategorie a to studentské a dospělé vstupné. Studentky, které předloží studentský průkaz (do 26 let) mají nárok na zvýhodněnou cenu: vstupného, časových nebo měsíčních permanentek.

**Tabulka č. 5: Cena vstupu do fitness centra**  
(Zdroj: Vlastní zpracování)

	<b>1 vstup PO-NE</b>	<b>10 vstupů</b>	<b>měsíc</b>	<b>čtvrtletní</b>	<b>půlroční</b>	<b>roční</b>
<b>Student</b>	<b>60 Kč</b>	<b>560 Kč</b>	<b>540 Kč</b>	<b>1 200 Kč</b>	<b>2 400 Kč</b>	<b>4 800 Kč</b>
<b>Dospělý</b>	<b>80 Kč</b>	<b>760 Kč</b>	<b>740 Kč</b>	<b>1 800 Kč</b>	<b>3 600 Kč</b>	<b>7 200 Kč</b>

Jednotlivé vstupy a permanentky nejsou časově omezeny. Proto můžou zákaznice fitness centrum navštívit kdykoli během otevírací doby.

Dané vstupné se cenově liší podle toho, zda se jedná o studující zákaznice (do 26 let) prokázáním se studentského průkazu nebo o zákaznice dospělé (nad 26 let), či mladší bez studentského průkazu.

**Tabulka č. 6: Cena fitness trenéra**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

čas	60 minut	10 lekcí (60 minut)
Osobní trenér pro studentky	220 Kč	1 750 Kč
Osobní trenér pro dospělé	300 Kč	2 550 Kč

Zákaznice mohou využít kvalifikovaného trenéra a výživové poradce v oblasti fitness. Osobního trenéra si mohou rezervovat na hodinu nebo využít zvýhodněných 10 lekcí.

**Tabulka č. 7: Cena konzultace s výživovým poradcem**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

	Vstupní konzultace	každá další
Výživový poradce	320 Kč	200 Kč

Výživový poradce je zde pro ně během otevírací doby a každá další konzultace je pro ně také za zvýhodněnou cenu.

Zákaznice mohou využít také hodiny cvičení s odbornými lektory. Lekce jakéhokoliv cvičení je pro ně za 100Kč, studentky pak mají zvýhodněnou cenu za 80Kč. Lekci si mohou snadno zarezervovat přes naše webové stránky, popřípadě telefonicky či osobně na recepci. V příloze jsou uvedené všechny lekce lektorů. (viz Příloha č.:7)

#### ▪ **Místo**

Dámské fitness centrum je strategicky umístěno na Dolním náměstí v centru města, kde se nenachází žádná další konkurence. Během dne zde projde nespočet zákaznic, které si fitness centra všimnou, aniž by zde byla umístěna větší reklama

Celková rozloha pronajímaných prostor je 370 metrů čtverečních, s tím že pronajímaný objekt je rozdělen na dvě patra. Přízemí budovy má rozlohou 240 metrů čtverečních a první patro zbylých 130 metrů čtverečních. Před budovou se nachází 7 parkovacích míst, které mohou využít zákaznice našeho fitness centra zdarma.

V prvním roce se především zaměřím na úspěšný vstup fitness centra na daném trhu a v letech následujících budu uvažovat o rozšíření prostorů.

Budova, ve které mám v plánu fitness centrum zřídit, patří soukromé osobě, tudíž si ji budu od dané osoby pronajímat. V následujících letech ale uvažuji o koupi celého objektu.

#### ▪ **Propagace**

Propagace fitness centra bude probíhat několika způsoby. K reklamě budou využity sociální sítě, konkrétně Facebook a Twitter. Tímto se fitness centrum dostane do povědomí především mladším zákaznicím.

Na těchto sociálních sítích budou pravidelně sdíleny různé články, akce. Mimo jiné zde budou moci zákaznice přispívat různými fotkami a zážitky z fitness centra, případně otázkami, na které jim rádi odpovíme. Za hlavní zdroj reklamy považuji naše webové stránky ([www.studion-befit.cz](http://www.studion-befit.cz)), kde si mohou zákaznice zjistit vše o našich službách, mohou zde navíc využít například online rezervační systém apod.

Další propagace bude prostřednictvím letáčků, billboardu v centru města Vsetína, reklamy v městské hromadné dopravě a v místním regionální televizi. Posledním způsobem propagace a pro nás nejdůležitějším, budou reference zákaznic, které nás doporučí dále.

#### **3.3.4 Vybavení provozovny**

Jak jsem se již zmínila, pronajímané prostory jsou rozděleny na dvě patra, jejichž celková rozloha je 370 metrů čtverečních.

V prvním patře se bude nacházet cvičební sál. Ten budou moci zákaznice využít jak ke cvičení, tak zde mohou vyzkoušet různé hodiny se soukromými lektory, či si sál zarezervovat pro sebe. Dále se zde budou nacházet dámské šatny s již vybaveným sociálním zařízením a také dvě kanceláře, které budou sloužit pro daného fitness trenéra a výživového poradce.

V přízemí budovy se budou nacházet veškeré posilovací stroje na cvičení, včetně kardiozóny. Protože dané prostory dostatečně neodpovídají provozované činnosti,

budou zde provedeny malé stavební úpravy. Veškeré vybavení této provozovny bude uvedeno v přílohách.

### **3.3.5 Organizační struktura**

Forma, kterou jsem pro své fitness centrum zvolila je podnikání formou osoby samostatně výdělečně činné. Je to z toho důvodu, že jsem začínající podnikatel a tato forma podnikání se mi jevila jako nejideálnější. Dle platných zákonů, budu ručit za závazky fitness centra a to celým svým majetkem.

Majitelkou tohoto fitness centra budu tedy já - Anežka Seidlová. Jako zodpovědného vedoucího jsem pověřila již výše zmíněného Jakuba Šmiřáka, který má v daném oboru jak praxi, tak i vzdělání. Mimo jiné, zde bude také působit jako odborný fitness trenér a také zde bude mít své cvičební hodiny v horním sálu fitness centra. Jakub Šmiřák bude ve fitness centru zaměstnán na stálý pracovní poměr.

Ve fitness centru budou zákaznice během otevírací doby moci využít odborného výživového poradce. V prvním patře, stejně jako fitness trenér zde bude mít svou vlastní kancelář a bude zde působit na základě živnostenského oprávnění, nebude tedy pro fitness centrum představovat žádné náklady.

Dále zde bude profesionální lektorka, která bude mít v horním sále lekce cvičení (aerobik, bossu, jóga, zumba, pilates) spolu s Jakubem Šmiřákem. Lektorka bude zaměstnána na stálý pracovní poměr.

Další důležitou osobou je recepční, jejíž působiště je v přízemí budovy u vchodu, kde bude mít barový pult s vystavenými výživovými a cvičebními doplňky pro zákaznice. Většina lidí se řídí prvním dojmem, proto recepční bude nejen vyškolená a poučena o všech nabízených produktech, ale hlavně musí umět jednat s lidmi a snažit se působit na všechny zákaznice mile.

U recepčního baru zde bude vytvořeno malé posezení pro hosty, aby se u nás cítili příjemně. Recepční zde budou dvě a obě budou zaměstnány, stejně jako ostatní, na stálý pracovní poměr.

Úklid budu provádět já, nebudu proto zatím hledat žádnou uklízečku. V mimořádných situacích si případně najmu brigádníka, který za mne danou práci udělá.

### 3.3.6 Finanční plán

V dané kapitole bude uveden zakladatelský rozpočet, následný odhad tržeb a nákladů a výsledku hospodaření ve variantách pesimistické a optimistické. Na závěr kapitoly provedu výpočet bodu zvratu a doby návratnosti investice.

Cílem mého podnikání je osamostatnění, seberealizace a v první řadě dosahování zisku.

#### **Zdroje financování**

Vlastní zdroje - Do svého podnikání na začátek vložím ze svých úspor 150 000,- Kč.

Externí zdroje - Zbylé finanční prostředky budu čerpat z úvěru, který mi poskytne banka. Jedná se o relativně vysokou sumu 850 000,-Kč, kterou potřebuji do začátku svého podnikání. Konkrétně se jedná o podnikatelský úvěr Expres Business nezajištěný, od GE Money bank.<sup>60</sup>

#### **Charakteristika úvěru**

Banka: GE Money bank a.s

Název úvěru: Podnikatelský úvěr

Výška úvěru: 850 000 Kč

Úroková sazba: 7,9 % p. a.

Délka úvěru: 7 let

Interval splácení: Měsíčně

Měsíční splátka: 13 119,60 Kč

Celková suma na splácení: 1 102 046,66 Kč

Zaplacené úroky: 252 046,66 Kč

Zvolila jsem splátky splacené na začátku intervalu, jelikož při výpočtu tato varianta vychází finančně lépe. V příloze je uveden výpočet daného podnikatelského úvěru.

---

<sup>60</sup> GEMONEY. Firmy, malé: úvěry. [gemoney.cz](http://gemoney.cz) [online].

### 3.3.7 Plán tržeb

Při sestavování plánu tržeb je důležité brát v potaz všechny rizika, proto zde vypracuji různé varianty a to pesimistickou a optimistickou.

V pesimistické variantě se jedná o minimální návštěvnost fitness centra, na rozdíl od varianty optimistické, kde návštěvnost zákazníků bude vysoká. Předpokládám, že vysoká návštěvnost fitness centra bude od ranních hodin a to od 6:30-10:30 hodin. Do 13:00 hodiny zde bude návštěvnost trochu slabší, avšak od 14:00-21:00 hodiny zde opět očekávám vysokou návštěvnost. Celkově je to tedy 11 hodin.

Pokud budu počítat s tím, že fitness centrum navštíví každou hodinu 4 zákaznice, návštěvnost za celý den pak bude 44 zákaznic na jednorázové vstupné. Nutné je zde připočítat vstupy z permanentek, ty jsou podrobně rozepsány v příloze. V daném případě se jedná o pesimistickou variantu, kdy počítáme pouze hodiny, které jsou nejvíce vytížené, přičemž návštěvnost fitness centra je minimální.

Co se týče optimistické varianty, počítám s maximálním vytížením, v pracovním týdnu 15 hodin. Zde bude návštěvnost zákazníků jednou tak vysoká, než jak tomu bylo v případě varianty pesimistické. V tomto případě bude návštěvnost 8 zákaznic za hodinu a celkem tedy 125 zákaznic na jednorázové vstupy. Nutné je zde opět připočítat vstupy z permanentek, které jsou podrobně rozepsány v příloze.

Součástí výnosů jsou ve fitness centru také tržby ze sálu. Maximální kapacita sálu, respektive jedné lekce je 10 zákaznic. Bude-li se jednat o variantu pesimistickou, počítám s návštěvností 20 zákaznic za den.

Při variantě optimistické počítám s maximálním využitím a návštěvností, což je 60 zákaznic za den. Cena jedné lekce je pro dospělé, či zákaznici nestudující je 100Kč. Studentky do 26let, vlastní průkaz o studiu, mají tyto lekce levnější, pouze za 80Kč. Roční tržby fitness centra jsou uvedeny za 12 měsíců.

Musím zde ale počítat se značným poklesem návštěvnosti a tím také s nižším ziskem v letních měsících (Červenec, Srpen), kdy dají zákaznice, především ty mladší, přednost jiným aktivitám.



**Tabulka č. 8: Pesimistická a optimistická varianta**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

VARIANTY				
POLOŽKA	PESIMISTICKÁ VARIANTA		OPTIMISTICKÁ VARIANTA	
PŘÍJMY	MĚSÍČNĚ	ROČNĚ	MĚSÍČNĚ	ROČNĚ
	282 933 Kč	3 395 190 Kč	512 662 Kč	6 151 940 Kč
VÝDAJE	MĚSÍČNĚ	ROČNĚ	MĚSÍČNĚ	ROČNĚ
	FIXNÍ	167 989 Kč	2 015 868 Kč	167 989 Kč
VARIABILNÍ	7 273 Kč	87 270 Kč	18 040 Kč	216 480 Kč
ZISK/ZTRÁTA	107 671 Kč	1 292 052 Kč	326 633 Kč	3 919 592 Kč

Z vypočítaných hodnot můžeme v tabulce porovnat stav fitness centra v případě varianty pesimistické a varianty optimistické. V obou případech bude vykazovat zisk, což jsou pro mne jako začínajícího podnikatele velmi pozitivní výsledek. Co se týče varianty optimistické, je velmi nepravděpodobné, že bych těchto hodnot na začátku svého podnikání dosáhla.

Lze tedy s největší pravděpodobností počítat s tím, že podnik bude v 1. roce podnikání bude vykazovat zisk ve výši 1 292 052Kč za rok, než se dostane do povědomí všech zákazníků.

### 3.3.8 Plán nákladů

Důležitou částí finančního plánu fitness centra je stanovení si finančních nákladů, které vynaložíme na začátek podnikání. Protože jsem neměla dostatek finančních prostředků, je z velké části fitness centrum financováno prostřednictvím podnikatelského úvěru. Ten jsem získala od GE Money Bank, ve výši 850 000Kč při úrokové sazbě 7,9 % p.a. a době splácení 7 let.

Největší položkou je pro mne pořízení strojů a pomůcky ke cvičení, zde jsem vynaložila 648 554Kč, téměř celý podnikatelský úvěr. Další položkou je vybavení interiéru, která činí 346 995Kč. Bez těchto částí by fitness centrum nebylo možné provozovat.

**Tabulka č. 9: Náklady vynaložené na vybavení fitness centra**  
(Zdroj: Vlastní zpracování)

NÁKLADY NA VYBAVENÍ FITNESS CENTRA		
POLOŽKA	ZPŮSOB FINANCOVÁNÍ	CENA KČ
STROJE A POMŮCKY K CVIČENÍ	PODNIKATELSKÝ ÚVĚR	648 554 Kč
VYBAVENÍ INTERIÉRU	PODNIKATELSKÝ ÚVĚR	346 950 Kč
CELKEM		995 504 Kč

▪ **Provozní výdaje**

Především se jedná o náklady fixní, které jsou vynaloženy fitness centrem pravidelně každý měsíc a periodicky se opakují. Patří zde pronájem prostor, který činí za daný měsíc 28 000Kč v centru města.

K danému pronájmu musíme ještě připočíst náklady na provoz, kupříkladu měsíční výdaje za energii. Zvolila jsem dodavatele Bohemia energy, kde jsem si vybrala z jejich nabídky produkt Business standard 24 - c03d. Cena za měsíční spotřebu energie tak vychází na 3 651,60Kč.

Dále zde zahrneme spotřebu vody,<sup>61,62</sup> cena 1m<sup>3</sup> činí 75,67Kč, splátku úvěru, která je ve výši 13 119,60Kč a v neposlední řadě cenu mobilního tarifu. Celkově bude ve fitness centru 5 telefonů, jeden bude na recepci, ostatní (trenér, výživový poradce, instruktorka a majitelka), budou mít svůj vlastní se zvoleným tarifem Fayn Premium za cenu 489Kč s neomezeným voláním do všech sítí.

**Tabulka č. 10: Provozní výdaje fitness centra**  
(Zdroj: Vlastní zpracování)

PROVOZNÍ VÝDAJE		
POLOŽKA	VÝDAJE ZA MĚSÍC	VÝDAJE ZA ROK
NÁJEMNÉ	28 000 Kč	336 000 Kč
ENERGIE	2 389 Kč	28 670 Kč
VODA	6 204,94 Kč	74 459,28 Kč
SPLÁTKA ÚVĚRU	13 119,60 Kč	157 435,20 Kč
MOBILNÍ TELEFON- PAUŠÁL	2 445 Kč	29 340 Kč
POJIŠTĚNÍ	5 000 Kč	60 000 Kč
PROSTŘEDKY NA ČIŠTĚNÍ	3 000 Kč	36 000 Kč
CELKEM	60 159 Kč	721 904 Kč

<sup>61</sup> Průměrná spotřeba vody na jednoho občana na Vsetíně je 82 litrů.

<sup>62</sup> VAKVS. Cena vody: Cena vodného a stočného. [vakvs.cz](http://vakvs.cz) [online].

### ▪ **Personální výdaje**

Jak jsem se již zmínila dříve, ve fitness centru bude zaměstnáno celkem 5 osob. Na stálý pracovní poměr zde budou zaměstnáni 4 zaměstnanci, výživový poradce zde působí na základě živnostenského oprávnění, nebude tedy představovat pro dané fitness centrum žádné náklady.

Otevírací doba fitness centra v pracovních dnech je od 6h do 21h, v sobotu a v neděli pak od 7h do 22h. Jsou zde proto zaměstnány dvě recepční, jejichž hrubá mzda za měsíc činí 11 500Kč a pracovní doba každé tak bude 7,5hodin. Počet odpracovaných hodin recepční bude za měsíc 150hodin pro každou.

Na stálý pracovní poměr je zde zaměstnán i fitness trenér, který je zároveň odpovědným vedoucím ve fitness centru a vede hodiny cvičení v horním sále. Jeho hrubá mzda za měsíc bude činit 19 500Kč.

Lektorka, stejně jako ostatní bude zaměstnána na stálý pracovní poměr. S hodinami cvičení se bude zároveň střídat spolu s Jakubem Šmiřákem. Ten zde bude mít oproti lektorce méně hodin, jelikož bude dost vytížený jako fitness trenér. Hrubá mzda lektorky bude za měsíc činit 13 250Kč. Úklid zde budu provádět já, majitelka fitness centra a můj měsíční příjem bude 19 500Kč.

**Tabulka č. 11: Personální výdaje fitness centra**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

<b>PERSONÁLNÍ VÝDAJE</b>		
<b>POLOŽKA</b>	<b>VÝDAJE ZA MĚSÍC</b>	<b>VÝDAJE ZA ROK</b>
<b>ODPOVĚDNÝ VEDOUČÍ A FITNESS TRENÉR</b>	<b>19 500 Kč</b>	<b>234 000 Kč</b>
<b>2 RECEPČNÍ</b>	<b>11 500 Kč</b>	<b>276 000 Kč</b>
<b>1 LEKTORKA - SÁL</b>	<b>13 250 Kč</b>	<b>159 000 Kč</b>
<b>1 VÝŽIVOVÝ PORADCE</b>	<b>0 Kč</b>	<b>0 Kč</b>
<b>CELKEM</b>	<b>44 250 Kč</b>	<b>669 000 Kč</b>

Jako zaměstnavatel ze zákona odvádím za své zaměstnance zdravotní pojištění (9%) a sociální pojištění (25%). Obě tyto pojištění se odvádí z hrubé mzdy zaměstnanců.

**Tabulka č. 12: Sociální a zdravotní pojištění zaměstnanců**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

<b>SOCIÁLNÍ A ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ</b>				
<b>POLOŽKA</b>	<b>ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ 9%</b>		<b>SOCIÁLNÍ POJIŠTĚNÍ 25%</b>	
	<b>MĚSÍČNĚ</b>	<b>ROČNĚ</b>	<b>MĚSÍČNĚ</b>	<b>ROČNĚ</b>
<b>ODPOVĚDNÝ VEDOUCÍ A FITNESS TRENÉR</b>	1 755 Kč	21 060 Kč	4 875 Kč	58 500 Kč
<b>2 RECEPČNÍ</b>	1 035 Kč	28 840 Kč	2 875 Kč	69 000 Kč
<b>1 LEKTORKA - SÁL</b>	1 193 Kč	14 316 Kč	3 313 Kč	39 756 Kč
<b>1 VÝŽIVOVÝ PORADCE</b>	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>3 983 Kč</b>	<b>64 216 Kč</b>	<b>11 063 Kč</b>	<b>167 256 Kč</b>

<b>MĚSÍČNÍ VÝDAJE ZA OBĚ POJIŠTĚNÍ</b>	<b>15 046 Kč</b>
<b>ROČNÍ VÝDAJE ZA OBĚ POJIŠTĚNÍ</b>	<b>231 472 Kč</b>

Podnikáním jako OSVČ musím odvést pojistné z vypočteného vyměřovacího základu. Můžu si základ sama určit, ale nesmí být nižší, jak 50% daňového základu a současně také nesmí být nižší než minimální vyměřovací základ stanovený zákonem. U zdravotního pojištění musí být zaplacen alespoň minimální pojistné.

**Tabulka č. 13: Příjmy z podnikání OSVČ**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

<b>PŘÍJMY Z PODNIKÁNÍ ZA ROK OSVČ</b>	
<b>PŘÍJMY Z PODNIKÁNÍ</b>	234 000 Kč
<b>ZÁKLAD DANĚ</b>	234 000 Kč
<b>ZÁKLAD DANĚ ZAOKROUHLĚNÝ NA 100 DOLŮ</b>	230 000 Kč
<b>DANĚ 15%</b>	35 100 Kč
<b>POPLATNÍK</b>	-24 840 Kč
<b>DANĚ PO UPLATNĚNÍ SLEVY</b>	10 260 Kč
<b>Daň z příjmu fyzických osob za rok 2015 (+)/vratka daně (-):</b>	10 260 Kč
<b>Sociální pojištění za rok 2015</b>	34 164 Kč
<b>Zdravotní pojištění za rok 2015</b>	20 967 Kč
<b>Čistý zisk za rok 2015:</b>	168 609 Kč

- **Náklady na propagaci**

Díky těmto nákladům se budu snažit co v nejkratší době dostat do povědomí všech zákazníků v daném městě a blízkém okolí. Jelikož je fitness centrum umístěné v centru města, bude zde pouze jeden billboard velikosti (118 cm x 175 cm).

Největší položkou je zde tvorba a udržování webových stránek, což přenechám profesionálům. Propagační letáky si navrhnu sama, což mě nic nestojí a pouze je nechám vytisknout.

**Tabulka č. 14: Výdaje na propagaci**  
(Zdroj: Vlastní zpracování)

<b>NÁKLADY NA PROPAGACI</b>		
<b>POLOŽKA</b>	<b>NÁKLADY MĚSÍČNĚ</b>	<b>NÁKLADY ROČNĚ</b>
<b>WEBOVÉ STRÁNKY</b>	<b>25 000 Kč</b>	<b>300 000 Kč</b>
<b>PROPAGACE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍ FACEBOOKU</b>	<b>0 Kč</b>	<b>0 Kč</b>
<b>BILLBOARD 118 cm x 175 cm</b>	<b>3 000 Kč</b>	<b>36 000 Kč</b>
<b>VÝROBA VLASTNÍCH PROPAGAČNÍCH LETÁKŮ</b>	<b>0 Kč</b>	<b>0 Kč</b>
<b>TISK PROPAGAČNÍCH LETÁKŮ A5</b>	<b>1 889 Kč</b>	<b>22 668 Kč</b>
<b>CELKEM</b>	<b>29 889 Kč</b>	<b>358 668 Kč</b>

### **Celkový přehled výdajů**

Jsou zde zahrnuty všechny předešlé výdaje, které má fitness centrum za daný měsíc. V provozních výdajích je navíc připočten zisk, který je rozpočítán na měsíce a taktéž v položce odvody je zde rozpočítáno odvod sociálního a zdravotního pojištění OSVČ.

**Tabulka č. 15: Celkový přehled výdajů fitness centra**  
(Zdroj: Vlastní zpracování)

<b>PŘEHLED VÝDAJŮ VE FITNESS CENTRU</b>		
<b>POLOŽKA</b>	<b>MĚSÍČNĚ</b>	<b>ROČNĚ</b>
<b>PROVOZNÍ VÝDAJE</b>	<b>60 159 Kč</b>	<b>721 908 Kč</b>
<b>PERSONÁLNÍ VÝDAJE</b>	<b>58 301 Kč</b>	<b>699 612 Kč</b>
<b>ODVODY ZA ZAMĚSTNANCE</b>	<b>19 640 Kč</b>	<b>235 680 Kč</b>
<b>VÝDAJE ZA PROPAGACI</b>	<b>29 889 Kč</b>	<b>358 668 Kč</b>
<b>CELKEM</b>	<b>167 989 Kč</b>	<b>2 015 868 Kč</b>

### 3.3.9 Bod zvratu

Bod zvratu představuje důležitý analytický nástroj, který odhaluje minimální výši tržeb, které jsou potřebné pro dosažení nulové hodnoty zisku. Hledáme takový bod, kdy se budou celkové náklady rovnat celkovým tržbám.

V tomto bodě fitness centrum nerealizuje ani zisk ani ztrátu. Zjištění této informace je pro mne velmi důležité, protože zjišťuji, kolik zákaznic musí navštívit posilovnu a cvičební sál, aby bylo dosaženo zisku. Objem výroby v bodu zvratu vypočítáme podle vzorce<sup>63</sup>:

$$\text{Kde: } Q_{bz} = \frac{FN}{(P - VN)}$$

QBZ - množství produkce v bodu zvratu

FN – fixní náklady

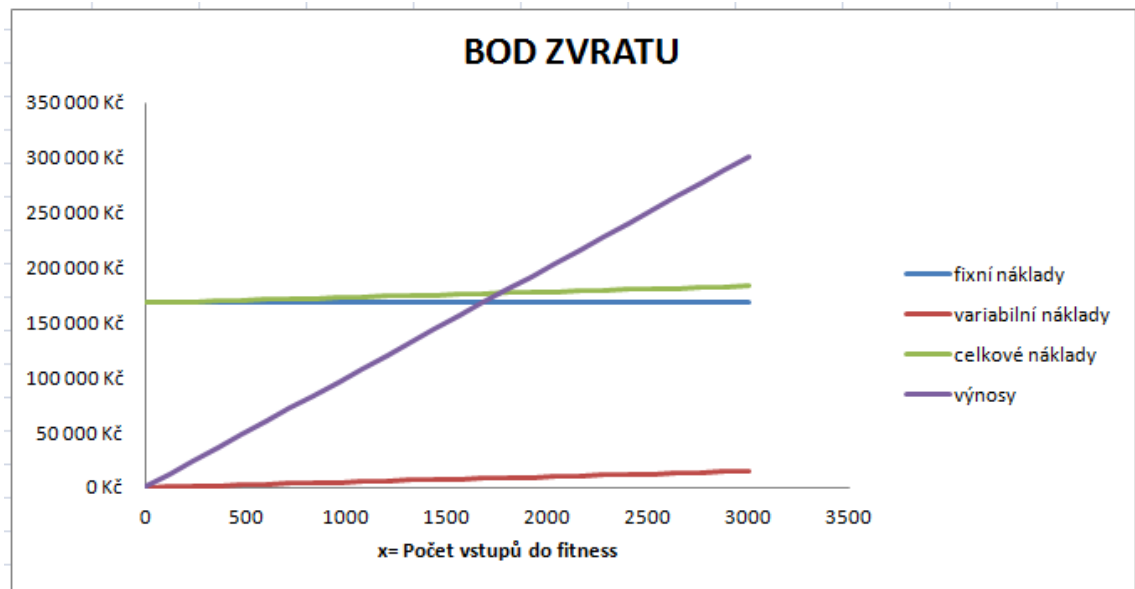
P – průměrná cena jedné poskytnuté služby

VN – průměrné variabilní náklady na jednu poskytnutou službu

---

<sup>63</sup> STAŇKOVÁ, ANNA. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. s. 119.

Počítám s návštěvností takovou, že na jednu zákaznici, která si přijde zacvičit do sálu, navštíví posilovnu šest zákazníků.



Graf č. 4: Bod zvratu<sup>64</sup>

Z grafu můžeme vyčíst, že měsíční fixní náklady budou rovny tržbám, pokud bude dané fitness centrum navštěvovat 1680 zákazníků a sál 280 zákazníků.

V tomto případě bude tedy fitness centrum vykazovat zisk.

---

<sup>64</sup> Vlastní zpracování

## ZÁVĚR

Založení podniku je složitý proces od samotných příprav po realizaci. Součástí přípravné fáze při zakládání je právě podnikatelský plán. Díky tomuto podnikatelskému plánu jsem si zodpověděla na otázku, zda je rentabilní provozovat fitness centrum zaměřené na ženskou populaci ve městě Vsetíně.

V praktické části bylo založeno fiktivní fitness centrum, přičemž jsem zjistila, že založení a provozování obdobného podniku není vůbec jednoduché.

Naopak úspěšný projekt a budoucí prosperita podniku vyžadují mnoho času, přemýšlení, znalosti legislativy, mnoho propočtů, analýz konkurence, prostředí a použití vhodné marketingové strategie. Je také důležité přijít na trh s originálním nápadem.

Častou překážkou je vysoká kapitálová náročnost, která může mnohé podnikatele “vyřadit ze hry”.

Při psaní této práce jsem se zaměřila na mnohé aspekty a problémy, které je třeba při založení a provozování řešit. Danými výpočty jsem zjistila, že pokud bude fitness centrum navštěvováno pouhými 4 zákazníky za hodinu, dle pesimistické varianty, bude i tak vykazovat zisk.

Cílů tak v této práci bylo dosaženo a dle mého názoru je tento podnikatelský plán realizovatelný a provozuschopný. Během působení fitness centra ve městě Vsetíně se jej budu snažit rozvíjet a rozšířit i o další provozovny ve Zlínském kraji.



## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BUCHTA, K. a H. SEDLÁČKOVÁ. *Strategická analýza*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-367-1.

DOBEŠOVÁ, V., D. R., HISRICH a M. P. PETERS a kol. *Založení a řízení nového podniku* založení. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.

FOTR, J. a I. SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0939-2.

GRASSEOVÁ, M. a KOL. *Analýza v rukou manažera: 33 nejpoužívanějších metod strategického řízení*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2621-9.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: Strategie a trendy*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. ISBN 978-80-247-2690-8.

KISLINGEROVÁ, E. a M. SYNEK. *Podniková ekonomika*. 5. aktual. vyd. Praha: C H Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-336-3.

KORÁB, V., J. PETERKA, a M. REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, a.s., 2008. ISBN 978-80-251-1605-0.

KORÁB, V., a M. MIHALISKO. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592-X.

KORÁB V., a M. MIHALISKO. *Založení a řízení společnosti*. Praha: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592-X

LHOTSKÝ JAN. *Strategický management: jak zajistit budoucí úspěch podniku*. J. Lhotský, 2010. 978-80-254-8182-0.

MARINIČ, P. a R. NÝVLTOVÁ. *Finanční řízení podniku*. Praha: Grada Publishing, 2010. 978-80-247-3158-2.

Petrovič, M. *Analýza podnikatelského záměru na výstavbu větrných elektráren*. Brno, 2010. Diplomová práce. Masarykova Univerzita v Brně, Fakulta ekonomicko-správní.

SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikatelský plán*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1263-1.

SRPOVÁ, J., V. ŘEHOŘ a kol. *Základy podnikání*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

SRPOVÁ J., J. VEBER a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.

SYNEK, M. a kol. *Manažerská ekonomika*. 5. aktual. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0515-X.

VEBER, J. a kol. *Management, základy, prosperita a globalizace*. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-029-5.

WUPPERFELD, UDO. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-726-1075-9.

## Zákony a vyhlášky

Zákon č.89/2012 Sb., občanský zákoník (nový) ze dne 3. února 2012.

Zákon č.90/2012., zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ze dne 25. ledna 2012

Zákon č.455/1991., zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) ze dne 2. října 1991

## Elektronické zdroje

ALZA. Dle parametrů: Core i7. *Alza.cz* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: [http://www.alza.cz/acer-aspire-e1-572g-cerny-d508789.htm?kampan=adpla\\_produkty\\_notebooky&gclid=CLXeyIfWub4CFVRwwAod-Q4Asw](http://www.alza.cz/acer-aspire-e1-572g-cerny-d508789.htm?kampan=adpla_produkty_notebooky&gclid=CLXeyIfWub4CFVRwwAod-Q4Asw)

AMIRRO. Všechna zrcadla: Corner 100x50cm. *Koupelny.zrcadla.cz* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.koupelny.zrcadla.cz/Vsechna-zrcadla/Corner-100-x-50-cm.html>

B2B PARTNER. Kancelářské židle a kancelářská křesla: Kožená kancelářská křesla: Kancelářská křesla KIT. *B2bpartner.cz* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: [http://www.b2bpartner.cz/products/10002343/402017/?utm\\_source=googlemerchants&utm\\_medium=shopbot&utm\\_campaign=googlemerchants402017&gclid=CPblrZLaub4CFcSTvQodvxsAKQ](http://www.b2bpartner.cz/products/10002343/402017/?utm_source=googlemerchants&utm_medium=shopbot&utm_campaign=googlemerchants402017&gclid=CPblrZLaub4CFcSTvQodvxsAKQ)

BYZNYS SLOVÍČKA. Ekonomika, management: Swot analýza. *Byznysslovicka.cz* [online]. [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: [http://www.byznysslovicka.com/ekonomika\\_management/swot](http://www.byznysslovicka.com/ekonomika_management/swot)

BYZNYS SLOVÍČKA. Metodiky: Porterův model pěti sil. *Byznyslovicka.cz* [online]. [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: [http://www.byznyslovicka.com/metodiky\\_oblast\\_managementu/porteruam-model-peti-sil](http://www.byznyslovicka.com/metodiky_oblast_managementu/porteruam-model-peti-sil)

COMFOR. Chytré telefony: LG D605 Optimus L9 II. *Comfor.cz* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.comfor.cz/lg-d605-optimus-l9-ii-bila>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Statistiky: HDP, regionální účty. *Czso.cz* [online]. [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/hdp-xz>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Statistiky: Mzdy, náklady práce. *Czso.cz* [online]. [cit. 2014-04-27]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/mzdy-xz>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Statistiky: Zaměstnanost, nezaměstnanost. *Czso.cz* [online]. [cit. 2014-04-27]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/zamestnanost-xz>

DEXON. HiFi, domácí kino: Reprosoustavy satelitní. *Dexon.cz* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.dexon.cz/katalog/hifi-domaci-kino/reprosoustavy-satelitni/sd-402a-reprosoustava-aktivni-cerna-s-bluetooth.html>

EDOLO. Pest analýza. *Edolo.cz* [online]. [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://www.edolo.cz/sluzby-pro-expanzi/pest-analyza/>

ENPRAG. Šatní skříně: Šatní skříně s lavicí: Šatní skříň kovová CP 1-96013-001. *Kovovynabytek.cz* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.kovovynabytek.cz/Satni-skrin-kovova-CP-1-96013-001-340.html>

GEMONEY. Firmy, malé: úvěry. *gemoney.cz* [online]. [cit. 2014-04-27]. Dostupné z: <https://www.gemoney.cz/firmy/male/uvery/splatkovy-uver-expres-business-nezajisteny>

INVESTOPEDIA. Industry Handbook: Porter's 5 Forces Analysis. *Investopedia.com* [online]. [cit. 2014-03-12]. Dostupné z: <http://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp>

KANCELÁŘSKÁ-ŽIDLE. Sedací soupravy a křesla: Konferenční křeslo Smile. *Kancelarska-zidle.cz* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.kancelarska-zidle.cz/sedaci-soupravy-a-kresla/kresla-smile/konferencni-kreslo-smile-435009/>

LADYFITCLUB. *Ladyfitclub.cz* [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.ladyfitclub.cz/>

MAGDA ČEVELOVÁ. Marketingový plán. *Cevelova.cz* [online]. [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://www.cevelova.cz/marketingovy-plan/>

MUJ WEB. Šatnové lavičky: LŠ03 - lavička šatnová – jednostranná. *Mujweb.cz* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://mujweb.cz/bruja/P9.htm>

NABYTEK BOHEMIA. Obývací pokoje: Konferenční stolky: Konferenční stůlek LISA. *Nabytek-bohemia.cz* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.nabytek-bohemia.cz/konferencni-stolek-lisa/d-1885/>

PRVY BAZAR. Nábytok: Predám barový pult. Dlhšia strana má 315 cm. *Nabytok.prvybazar.sk* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://nabytok.prvybazar.sk/inz/predam-barovy-pult-dlhsia-strana-ma-315-cm-275124.html>

REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SYSTÉM. Hospodářské prostředí: Makroekonomické ukazatele. *Risy.cz* [online]. [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/ustecky-kraj/kraj/hospodarske>

UPC BUSINESS. Živnostníci a podnikatelé: Vysokorychlostní internet Fiber Business 250+ . *Business.upc* [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://business.upc.cz/zivnostnici-podnikatele/internet/soho-fp250/>

VAKVS. Cena vody: Cena vodného a stočného. *vakvs.cz* [online]. [cit. 2014-04-29]. Dostupné z: <http://www.vakvs.cz/cena-vody/cena-vodneho-a-stocneho/>

**Příloha č. 1: Výpočet bodu zvratu**  
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Počet vstupů sál	Počet vstupů posilovna	Celkové náklady			Výnosy
		Fixní	Variabilní	Celkové	
0	0	167 989 Kč	0 Kč	167 989 Kč	0 Kč
1	6	167 989 Kč	30 Kč	168 019 Kč	600 Kč
20	120	167 989 Kč	600 Kč	168 589 Kč	12 000 Kč
40	240	167 989 Kč	1 200 Kč	169 189 Kč	24 000 Kč
60	360	167 989 Kč	1 800 Kč	169 789 Kč	36 000 Kč
80	480	167 989 Kč	2 400 Kč	170 389 Kč	48 000 Kč
100	600	167 989 Kč	3 000 Kč	170 989 Kč	60 000 Kč
120	720	167 989 Kč	3 600 Kč	171 589 Kč	72 000 Kč
140	840	167 989 Kč	4 200 Kč	172 189 Kč	84 000 Kč
160	960	167 989 Kč	4 800 Kč	172 789 Kč	96 000 Kč
180	1080	167 989 Kč	5 400 Kč	173 389 Kč	108 000 Kč
200	1200	167 989 Kč	6 000 Kč	173 989 Kč	120 000 Kč
220	1320	167 989 Kč	6 600 Kč	174 589 Kč	132 000 Kč
240	1440	167 989 Kč	7 200 Kč	175 189 Kč	144 000 Kč
260	1560	167 989 Kč	7 800 Kč	175 789 Kč	156 000 Kč
<b>280</b>	<b>1680</b>	<b>167 989 Kč</b>	<b>8 400 Kč</b>	<b>176 389 Kč</b>	<b>168 000 Kč</b>
300	1800	167 989 Kč	9 000 Kč	176 989 Kč	180 000 Kč
320	1920	167 989 Kč	9 600 Kč	177 589 Kč	192 000 Kč
340	2040	167 989 Kč	10 200 Kč	178 189 Kč	204 000 Kč
360	2160	167 989 Kč	10 800 Kč	178 789 Kč	216 000 Kč
380	2280	167 989 Kč	11 400 Kč	179 389 Kč	228 000 Kč
400	2400	167 989 Kč	12 000 Kč	179 989 Kč	240 000 Kč
420	2520	167 989 Kč	12 600 Kč	180 589 Kč	252 000 Kč
440	2640	167 989 Kč	13 200 Kč	181 189 Kč	264 000 Kč
460	2760	167 989 Kč	13 800 Kč	181 789 Kč	276 000 Kč
480	2880	167 989 Kč	14 400 Kč	182 389 Kč	288 000 Kč
500	3000	167 989 Kč	15 000 Kč	182 989 Kč	300 000 Kč

**Příloha č. 2: Výpočet podnikatelského úvěru**  
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Rok	Měsíc	Splátka (CZK)	Úrok (CZK)	Úmor (CZK)	Úvěr (CZK)
1	1	13 119,60	5 595,83	7 523,77	842 476,23
1	2	13 119,60	5 546,30	7 573,30	834 902,93
1	3	13 119,60	5 496,44	7 623,16	827 279,77
1	4	13 119,60	5 446,26	7 673,34	819 606,43
1	5	13 119,60	5 395,74	7 723,86	811 882,56
1	6	13 119,60	5 344,89	7 774,71	804 107,86
1	7	13 119,60	5 293,71	7 825,89	796 281,96
1	8	13 119,60	5 242,19	7 877,41	788 404,55
1	9	13 119,60	5 190,33	7 929,27	780 475,28
1	10	13 119,60	5 138,13	7 981,47	772 493,80
1	11	13 119,60	5 085,58	8 034,02	764 459,78
1	12	13 119,60	5 032,69	8 086,91	756 372,87
2	1	13 119,60	4 979,45	8 140,15	748 232,72
2	2	13 119,60	4 925,87	8 193,74	740 038,99
2	3	13 119,60	4 871,92	8 247,68	731 791,31
2	4	13 119,60	4 817,63	8 301,98	723 489,33
2	5	13 119,60	4 762,97	8 356,63	715 132,70
2	6	13 119,60	4 707,96	8 411,65	706 721,05
2	7	13 119,60	4 652,58	8 467,02	698 254,03
2	8	13 119,60	4 596,84	8 522,76	689 731,27
2	9	13 119,60	4 540,73	8 578,87	681 152,39
2	10	13 119,60	4 484,25	8 635,35	672 517,04
2	11	13 119,60	4 427,40	8 692,20	663 824,84
2	12	13 119,60	4 370,18	8 749,42	655 075,42
3	1	13 119,60	4 312,58	8 807,02	646 268,40
3	2	13 119,60	4 254,60	8 865,00	637 403,40
3	3	13 119,60	4 196,24	8 923,36	628 480,03
3	4	13 119,60	4 137,49	8 982,11	619 497,92
3	5	13 119,60	4 078,36	9 041,24	610 456,68
3	6	13 119,60	4 018,84	9 100,76	601 355,92
3	7	13 119,60	3 958,93	9 160,68	592 195,24
3	8	13 119,60	3 898,62	9 220,98	582 974,26
3	9	13 119,60	3 837,91	9 281,69	573 692,57
3	10	13 119,60	3 776,81	9 342,79	564 349,77
3	11	13 119,60	3 715,30	9 404,30	554 945,47
3	12	13 119,60	3 653,39	9 466,21	545 479,26

4	1	13 119,60	3 591,07	9 528,53	535 950,73
4	2	13 119,60	3 528,34	9 591,26	526 359,47
4	3	13 119,60	3 465,20	9 654,40	516 705,07
4	4	13 119,60	3 401,64	9 717,96	506 987,10
4	5	13 119,60	3 337,67	9 781,94	497 205,17
4	6	13 119,60	3 273,27	9 846,34	487 358,83
4	7	13 119,60	3 208,45	9 911,16	477 447,67
4	8	13 119,60	3 143,20	9 976,41	467 471,27
4	9	13 119,60	3 077,52	10 042,08	457 429,18
4	10	13 119,60	3 011,41	10 108,19	447 320,99
4	11	13 119,60	2 944,86	10 174,74	437 146,25
4	12	13 119,60	2 877,88	10 241,72	426 904,53
5	1	13 119,60	2 810,45	10 309,15	416 595,38
5	2	13 119,60	2 742,59	10 377,02	406 218,36
5	3	13 119,60	2 674,27	10 445,33	395 773,03
5	4	13 119,60	2 605,51	10 514,10	385 258,93
5	5	13 119,60	2 536,29	10 583,32	374 675,62
5	6	13 119,60	2 466,61	10 652,99	364 022,63
5	7	13 119,60	2 396,48	10 723,12	353 299,51
5	8	13 119,60	2 325,89	10 793,71	342 505,79
5	9	13 119,60	2 254,83	10 864,77	331 641,02
5	10	13 119,60	2 183,30	10 936,30	320 704,72
5	11	13 119,60	2 111,31	11 008,30	309 696,42
5	12	13 119,60	2 038,83	11 080,77	298 615,65
6	1	13 119,60	1 965,89	11 153,72	287 461,94
6	2	13 119,60	1 892,46	11 227,15	276 234,79
6	3	13 119,60	1 818,55	11 301,06	264 933,73
6	4	13 119,60	1 744,15	11 375,46	253 558,28
6	5	13 119,60	1 669,26	11 450,34	242 107,93
6	6	13 119,60	1 593,88	11 525,73	230 582,21
6	7	13 119,60	1 518,00	11 601,60	218 980,60
6	8	13 119,60	1 441,62	11 677,98	207 302,62
6	9	13 119,60	1 364,74	11 754,86	195 547,76
6	10	13 119,60	1 287,36	11 832,25	183 715,52
6	11	13 119,60	1 209,46	11 910,14	171 805,37
6	12	13 119,60	1 131,05	11 988,55	159 816,82
7	1	13 119,60	1 052,13	12 067,48	147 749,35
7	2	13 119,60	972,68	12 146,92	135 602,43
7	3	13 119,60	892,72	12 226,89	123 375,54
7	4	13 119,60	812,22	12 307,38	111 068,16
7	5	13 119,60	731,2	12 388,40	98 679,75
7	6	13 119,60	649,64	12 469,96	86 209,79
7	7	13 119,60	567,55	12 552,06	73 657,74
7	8	13 119,60	484,91	12 634,69	61 023,05
7	9	13 119,60	401,74	12 717,87	48 305,18
7	10	13 119,60	318,01	12 801,59	35 503,59
7	11	13 119,60	233,73	12 885,87	22 617,71
7	12	13 119,60	148,9	12 970,70	9 647,01

**Příloha č. 3: Seznam strojů a zařízení na vybavení fitness centra**  
(Zdroj: Vlastní zpracování dle fitvyziva.cz a fitness.cz)

<b>VYBAVENÍ POSILOVNY- STROJE A ZAŘÍZENÍ</b>	<b>CENA ZA 1 KS</b>	<b>POČET KS</b>	<b>CENA KČ</b>
KETTLER TRACK EXPERIENCE	49 990 Kč	4	199 960 Kč
Cyklotrenažer BH Fitness SB 2,5	11 990 Kč	6	71 940 Kč
Eliptický trenažer Atlanta Black	9 890 Kč	4	39 560 Kč
činka inSPORTline Vin-Bell 2kg	119 Kč	2	238 Kč
činka inSPORTline Vin-Bell 3kg	149 Kč	2	298 Kč
činka inSPORTline Vin-Bell 4kg	199 Kč	2	398 Kč
Párový vertikální stojan inSPORTline RK2076	1 890 Kč	1	1 890 Kč
set tyčí inSPORTline aerobic	2 390 Kč	1	2 390 Kč
ocelové závaží inSPORTline 20 kg	1 410 Kč	4	5 640 Kč
Závaží inSPORTline 15 kg ocelové	1 046 Kč	4	4 184 Kč
Pogumovaná činka 10 kg s chromovou rukojetí	1 090 Kč	2	2 180 Kč
Nakládací jednoručka inSPORTline 3-10 kg	890 Kč	4	3 560 Kč
Pogumovaná činka 8 kg s chromovou rukojetí	890 Kč	2	1 780 Kč
ocelové závaží inSPORTline 10 kg	712 Kč	6	4 272 Kč
Pogumovaná činka 6 kg s chromovou rukojetí	590 Kč	2	1 180 Kč
Leg Master	1 940 Kč	2	3 880 Kč
Kettler LINEO	2 490 Kč	1	2 490 Kč
Posilovací lavice BH Fitness ST5800 Flat bench	2 200 Kč	1	2 200 Kč
GRCH322 Body-Solid Hyperextense	6 890 Kč	1	6 890 Kč
Finnlo Design Line Incline Bench	8 490 Kč	2	16 980 Kč
Profi inSPORTline Leg press and Hack squat	17 890 Kč	1	17 890 Kč
Posilovací věž BH Fitness Nevada Plus	17 990 Kč	1	17 990 Kč
Stepper inSPORTline Skeleton	5 990 Kč	3	17 970 Kč
Multifunkční skládací posilovací lavice inSPORTline Adjust	3 990 Kč	1	3 990 Kč
Body-Solid Pec Dec GPM65	9 390 Kč	1	9 390 Kč
Bradla a přednožování Body-Solid GKR60	11 590 Kč	1	11 590 Kč
Finnlo MULTI LAT-TOWER	12 990 Kč	2	25 980 Kč
Bremshey YOGA BALL 1 kg	200 Kč	10	2 000 Kč
Gymnastický a masážní míč 65 cm	199 Kč	7	1 393 Kč
Bremshey YOGA BALL 1,5 kg	219 Kč	5	1 095 Kč
Gymnastický míč s úchyty 65 cm	329 Kč	6	1 974 Kč
Aerobic tyč s lany	990 Kč	2	1 980 Kč
Balanční čočka	2 990 Kč	10	29 900 Kč
PODLOŽKA POD BĚHÁTKO 200 x 90 cm	990 Kč	6	5 940 Kč
Horní kladka inSPORTline LP05	5 490 Kč	1	5 490 Kč
Insportline Body Solid Pro Dual	37 490 Kč	1	37 490 Kč
SATYA-Podložka na cvičení JOGA 4 mm	279 Kč	10	2 790 Kč
Impulse ABDuctor + ADDuctor	34 901 Kč	1	34 901 Kč
Weight Assisted Chin/DIP Combo	46 891 Kč	1	46 891 Kč
<b>CENA CELKEM</b>			<b>648 554 Kč</b>



**Příloha č. 4: Seznam doplňků a ostatních potřebných věcí**  
(Zdroj: Vlastní zpracování dle internetových zdrojů<sup>65</sup>)

<b>DOPLŇKY A OSTATNÍ VYBAVENÍ INTERIÉRU</b>	<b>CENA ZA 1 KS</b>	<b>POČET KS</b>	<b>CENA KČ</b>
Acer Aspire E1-572G	13 990 Kč	3	41 970 Kč
LG D605 Optimus L9 II, bílá	5 999 Kč	5	29 995 Kč
Vysokorychlostní internet Fiber Business 250+	824 Kč	1	824 Kč
Wi-Fi Modem ED3	1 666 Kč	1	1 666 Kč
SD 402A reprosoustava aktivní černá s Bluetooth	5 990 Kč	10	59 900 Kč
MRP 2200 nástěnný přehrávač se zesilovačem	8 990 Kč	1	8 990 Kč
BAROVÝ PULT na inzerát	13 500 Kč	1	13 500 Kč
Konferenční křeslo Smile	3 337 Kč	4	13 348 Kč
Kancelářské křeslo KIT	2 868 Kč	3	8 605 Kč
zrcadlo Corner 100 x 50 cm	425 Kč	20	8 500 Kč
Konferenční stůl LISA	1 769 Kč	1	1 769 Kč
Lavička šatnová jednostranná 1000x1700x400	2 017 Kč	2	4 033 Kč
Šatní skříň kovová CP 1-96013-001	13 975 Kč	6	83 850 Kč
Výživové doplňky			70 000 Kč
<b>CENA CELKEM</b>			<b>346 950 Kč</b>

<sup>65</sup>

ALZA. Dle parametrů: Core i7. *Alza.cz* [online].

AMIRRO. Všechna zrcadla: Corner 100x50cm. *Koupelny.zrcadla.cz* [online].

B2B PARTNER. Kancelářské židle a kancelářská křesla: Kožená kancelářská křesla: Kancelářská křesla KIT. *B2bpartner.cz* [online].

COMFOR. Chytré telefony: LG D605 Optimus L9 II. *Comfor.cz* [online].

DEXON. HiFi, domácí kino: Reprosoustavy satelitní. *Dexon.cz* [online].

ENPRAG. Šatní skříň: Šatní skříň s lavičí: Šatní skříň kovová CP 1-96013-001. *Kovovynabytek.cz* [online].

KANCELÁŘSKÁ-ŽIDLE. Sedací soupravy a křesla: Konferenční křeslo Smile. *Kancelarska-zidle.cz* [online].

MUJ WEB. Šatnové lavičky: LŠ03 - lavička šatnová – jednostranná. *Mujweb.cz* [online].

NABYTEK BOHEMIA. Obývací pokoje: Konferenční stůl: Konferenční stůl LISA. *Nabytek-bohemia.cz* [online].

PRVY BAZAR. Nábytek: Predám barový pult. Dlhšia strana má 315 cm. *Nabytok.prvybazar.sk* [online].

UPC BUSINESS. Živnostníci a podnikatelé: Vysokorychlostní internet Fiber Business 250+ . *Business.upc* [online].

**Příloha č. 5: Doklad o studiu na Fakultě sportovních studií v Brně**  
(Zdroj: Jakub Šmiřák)





**Příloha č. 6: Osvědčení o odborné způsobilosti – Instruktor fitness**  
(Zdroj: Jakub Šmírák)



**Příloha č. 7: Lekce cvičení s instruktory**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

	7:00 - 8:00	9:00 - 10:00	15:00 - 16:00	17:00 - 18:00	19:00 - 20:00	20:00 - 21:00
PONĚLÍ	ZUMBA	BOSU	AEROBIK	JÓGA PRO ZAČÁTEČNÍKY	AEROBIK	PILATES
ÚTERÝ	BOSU	PILATES	JÓGA PRO STŘEDNĚ POKROČILÉ	AEROBIK	ZUMBA	BOSU
STŘEDA	JÓGA PRO ZAČÁTEČNÍKY	JÓGA PRO STŘEDNĚ POKROČILÉ	PILATES	BOSU	JÓGA PRO ZAČÁTEČNÍKY	ZUMBA
ČTVRTEK	PILATES	JÓGA PRO ZAČÁTEČNÍKY	ZUMBA	PILATES	AEROBIK	JÓGA PRO STŘEDNĚ POKROČILÉ
PÁTEK	BOSU	AEROBIK	JÓGA PRO STŘEDNĚ POKROČILÉ	ZUMBA	AEROBIK	JÓGA PRO ZAČÁTEČNÍKY
SOBOTA	JÓGA PRO ZAČÁTEČNÍKY	AEROBIK	PILATES	JÓGA PRO ZAČÁTEČNÍKY	JÓGA PRO STŘEDNĚ POKROČILÉ	ZUMBA
NEDĚLE	BOSU	JÓGA PRO STŘEDNĚ POKROČILÉ	ZUMBA	AEROBIK	JÓGA PRO ZAČÁTEČNÍKY	PILATES

**Příloha č. 8: Průměrná měsíční jednicová kalkulace**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

POLOŽKA	1 VSTUP DOSPĚLÝ	1 VSTUP STUDENT	10 VSTUPŮ DOSPĚLÝ	10 VSTUPŮ STUDENT	MĚSÍČNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	MĚSÍČNÍ PERMANENTKA STUDENT	ČTVRTLETNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	ČTVRTLETNÍ PERMANENTKA STUDENT	PŮLROČNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	PŮLROČNÍ PERMANENTKA STUDENT	ROČNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	ROČNÍ PERMANENTKA STUDENT	CELKEM FITNESS
MNOŽSTVÍ [KS]	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
TRŽBA	80 Kč	60 Kč	760 Kč	560 Kč	740 Kč	540 Kč	1 800 Kč	1 200 Kč	3 600 Kč	2 400 Kč	7 200 Kč	4 800 Kč	
VARIABILNÍ NÁKLADY	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	60 Kč
ZISK	75 Kč	55 Kč	755 Kč	555 Kč	735 Kč	535 Kč	1 795 Kč	1 195 Kč	3 595 Kč	2 395 Kč	7 195 Kč	4 795 Kč	23 680 Kč
FIXNÍ NÁKLADY													167 989 Kč
ČISTÝ ZISK													-144 309 Kč

**Příloha č. 9: Průměrná měsíční jednicová kalkulace pro sál, trenéra a poradce**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

POLOŽKA	OSOBNÍ TRENÉR PRO DOSPĚLÉ (60 min.)	OSOBNÍ TRENÉR PRO STUDENTKY (60 min.)	10 LEKCI S OSOBNÍM TRENÉREM PRO DOSPĚLÉ	10 LEKCI S OSOBNÍM TRENÉREM PRO STUDENTKY	KONZULTACE S VYŽIVOVÝM PORADCEM	1 VSTUP PRO DOSPĚLÉ NA SÁL	1 VSTUP PRO STUDENTKY NA SÁL	CELKEM SÁL
MNOŽSTVÍ [KS]	1	1	1	1	1	1	1	
TRŽBA	300 Kč	220 Kč	2 550 Kč	1 750 Kč	320 Kč	100 Kč	80 Kč	
VARIABILNÍ NÁKLADY	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	5 Kč	35 Kč
ZISK	295 Kč	215 Kč	2 545 Kč	1 745 Kč	315 Kč	95 Kč	75 Kč	5 285 Kč
FIXNÍ NÁKLADY								167 989 Kč
ČISTÝ ZISK								-162 704 Kč

**Příloha č. 10: Průměrná měsíční jednicová kalkulace celkem**  
 (Zdroj: Vlastní zpracování)

POLOŽKA	CELKEM FITNESS	CELKEM SÁL	CELKEM
MNOŽSTVÍ [KS]			
TRŽBA			
VARIABILNÍ NÁKLADY	60 Kč	35 Kč	95 Kč
ZISK	23 680 Kč	5 285 Kč	28 965 Kč
FIXNÍ NÁKLADY	167 989 Kč	167 989 Kč	167 989 Kč
ČISTÝ ZISK	-144 309 Kč	-162 704 Kč	-139 024 Kč

**Příloha č. 11: Pesimistická varianta pro fitness centrum**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

POLOŽKA	1 VSTUP DOSPĚLÝ	1 VSTUP STUDENT	10 VSTUPŮ DOSPĚLÝ	10 VSTUPŮ STUDENT	MĚSÍČNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	MĚSÍČNÍ PERMANENTKA STUDENT	ČTVRTLETNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	ČTVRTLETNÍ PERMANENTKA STUDENT	PŮLROČNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	PŮLROČNÍ PERMANENTKA STUDENT	ROČNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	ROČNÍ PERMANENTKA STUDENT	CELKEM FITNESS
MNOŽSTVÍ [KS]	5768	4066	2020	1346	12	8	4	2	3	1	2	0	
TRŽBA	461 440 Kč	243 960 Kč	1 535 200 Kč	753 760 Kč	8 880 Kč	4 320 Kč	7 200 Kč	2 400 Kč	10 800 Kč	2 400 Kč	14 400 Kč	0 Kč	
VARIABILNÍ NÁKLADY	28 840 Kč	20 330 Kč	10 100 Kč	6 730 Kč	60 Kč	40 Kč	20 Kč	10 Kč	15 Kč	5 Kč	10 Kč	0 Kč	66 160 Kč
ZISK	432 600 Kč	223 630 Kč	1 525 100 Kč	747 030 Kč	8 820 Kč	4 280 Kč	7 180 Kč	2 390 Kč	10 785 Kč	2 395 Kč	14 390 Kč	0 Kč	2 978 600 Kč
FIXNÍ NÁKLADY													2 015 868 Kč
ČISTÝ ZISK													962 732 Kč

**Příloha č. 12: Pesimistická varianta pro sál, trenéra a výživového poradce**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

POLOŽKA	OSOBNÍ TRENÉR PRO DOSPĚLÉ (60 min.)	OSOBNÍ TRENÉR PRO STUDENTKY (60 min.)	10 LEKCI S OSOBNÍM TRENÉREM PRO DOSPĚLÉ	10 LEKCI S OSOBNÍM TRENÉREM PRO STUDENTKY	KONZULTACE S VÝŽIVOVÝM PORADCEM	1 VSTUP PRO DOSPĚLÉ NA SÁL	1 VSTUP PRO STUDENTKY NA SÁL	CELKEM SÁL
MNOŽSTVÍ [KS]	35	15	12	6	14	2356	1784	
TRŽBA	10 500 Kč	3 300 Kč	30 600 Kč	10 500 Kč	4 480 Kč	235 600 Kč	142 720 Kč	
VARIABILNÍ NÁKLADY	175 Kč	75 Kč	60 Kč	30 Kč	70 Kč	11 780 Kč	8 920 Kč	21 110 Kč
ZISK	10 325 Kč	3 225 Kč	30 540 Kč	10 470 Kč	4 410 Kč	223 820 Kč	133 800 Kč	416 590 Kč
FIXNÍ NÁKLADY								2 015 868 Kč
ČISTÝ ZISK								-1 599 278 Kč

**Příloha č. 13: Pesimistická varianta celkem**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

POLOŽKA	CELKEM FITNESS	CELKEM SÁL	CELKEM
MNOŽSTVÍ [KS]			
TRŽBA			
VARIABILNÍ NÁKLADY	66 160 Kč	21 110 Kč	87 270 Kč
ZISK	2 978 600 Kč	416 590 Kč	3 395 190 Kč
FIXNÍ NÁKLADY	2 015 868 Kč	2 015 868 Kč	2 015 868 Kč
ČISTÝ ZISK	962 732 Kč	-1 599 278 Kč	1 379 322 Kč



**Příloha č. 14: Optimistická varianta pro fitness centrum**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

POLOŽKA	1 VSTUP DOSPĚLÝ	1 VSTUP STUDENT	10 VSTUPŮ DOSPĚLÝ	10 VSTUPŮ STUDENT	MĚSÍČNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	MĚSÍČNÍ PERMANENTKA STUDENT	ČTVRTLETNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	ČTVRTLETNÍ PERMANENTKA STUDENT	PŮLROČNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	PŮLROČNÍ PERMANENTKA STUDENT	ROČNÍ PERMANENTKA DOSPĚLÝ	ROČNÍ PERMANENTKA STUDENT	CELKEM FITNESS
MNOŽSTVÍ [KS]	16432	13879	2756	2105	25	17	9	6	5	3	4	2	
TRŽBA	1 314 560 Kč	832 740 Kč	2 094 560 Kč	1 178 800 Kč	18 500 Kč	9 180 Kč	16 200 Kč	7 200 Kč	18 000 Kč	7 200 Kč	28 800 Kč	9 600 Kč	
VARIABILNÍ NÁKLADY	82 160 Kč	69 395 Kč	13 780 Kč	10 525 Kč	125 Kč	85 Kč	45 Kč	30 Kč	25 Kč	15 Kč	20 Kč	10 Kč	176 215 Kč
ZISK	1 232 400 Kč	763 345 Kč	2 080 780 Kč	1 168 275 Kč	18 375 Kč	9 095 Kč	16 155 Kč	7 170 Kč	17 975 Kč	7 185 Kč	28 780 Kč	9 590 Kč	5 359 125 Kč
FIXNÍ NÁKLADY													2 015 868 Kč
ČISTÝ ZISK													3 343 257 Kč

**Příloha č. 15: Optimistická varianta pro sál, trenéra a výživového poradce**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

POLOŽKA	OSOBNÍ TRENÉR PRO DOSPĚLÉ (60 min.)	OSOBNÍ TRENÉR PRO STUDENTKY (60 min.)	10 LEKCI S OSOBNÍM TRENÉREM PRO DOSPĚLÉ	10 LEKCI S OSOBNÍM TRENÉREM PRO STUDENTKY	KONZULTACE S VÝŽIVOVÝM PORADCEM	1 VSTUP PRO DOSPĚLÉ NA SÁL	1 VSTUP PRO STUDENTKY NA SÁL	CELKEM SÁL
MNOŽSTVÍ [KS]	64	24	19	15	32	4587	3312	
TRŽBA	19 200 Kč	5 280 Kč	48 450 Kč	26 250 Kč	10 240 Kč	458 700 Kč	264 960 Kč	
VARIABILNÍ NÁKLADY	320 Kč	120 Kč	95 Kč	75 Kč	160 Kč	22 935 Kč	16 560 Kč	833 080 Kč
ZISK	18 880 Kč	5 160 Kč	48 355 Kč	26 175 Kč	10 080 Kč	435 765 Kč	248 400 Kč	40 265 Kč
FIXNÍ NÁKLADY								2 015 868 Kč
ČISTÝ ZISK								-1 975 603 Kč

**Příloha č. 16: Optimistická varianta celkem**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

POLOŽKA	CELKEM FITNESS	CELKEM SÁL	CELKEM
MNOŽSTVÍ [KS]			
TRŽBA			
VARIABILNÍ NÁKLADY	176 215 Kč	833 080 Kč	1 009 295 Kč
ZISK	5 359 125 Kč	40 265 Kč	5 399 390 Kč
FIXNÍ NÁKLADY	2 015 868 Kč	2 015 868 Kč	2 015 868 Kč
ČISTÝ ZISK	3 343 257 Kč	-1 975 603 Kč	3 383 522 Kč

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Výpočet bodu zvratu.....	61
Příloha č. 2: Výpočet podnikatelského úvěru .....	62
Příloha č. 3: Seznam strojů a zařízení na vybavení fitness centra .....	64
Příloha č. 4: Seznam doplňků a ostatních potřebných věcí .....	65
Příloha č. 5: Doklad o studiu na Fakultě sportovních studií v Brně .....	66
Příloha č. 6: Osvědčení o odborné způsobilosti – Instruktor fitness.....	67
Příloha č. 7: Lekce cvičení s instruktory .....	68
Příloha č. 8: Průměrná měsíční jednicová kalkulace.....	69
Příloha č. 9: Průměrná měsíční jednicová kalkulace pro sál, trenéra a poradce.....	69
Příloha č. 10: Průměrná měsíční jednicová kalkulace celkem.....	70
Příloha č. 11: Pesimistická varianta pro fitness centrum.....	71
Příloha č. 12: Pesimistická varianta pro sál, trenéra a výživového poradce.....	71
Příloha č. 13: Pesimistická varianta celkem .....	72
Příloha č. 14: Optimistická varianta pro fitness centrum .....	73
Příloha č. 15: Optimistická varianta pro sál, trenéra a výživového poradce .....	73
Příloha č. 16: Optimistická varianta celkem.....	74

## SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Procentuelní změna HDP v letech 2005-2013.....	36
Tabulka č. 2: Vývoj hrubé mzdy ve Zlínském kraji v letech 2005 – 2013 .....	38
Tabulka č. 3: Míra nezaměstnanosti.....	39
Tabulka č. 4: Otevírací doba.....	43
Tabulka č. 5: Cena vstupu do fitness centra .....	43
Tabulka č. 6: Cena fitness trenéra .....	44
Tabulka č. 7: Cena konzultace s výživovým poradcem .....	44
Tabulka č. 8: Pesimistická a optimistická varianta .....	49
Tabulka č. 9: Náklady vynaložené na vybavení fitness centra .....	50
Tabulka č. 10: Provozní výdaje fitness centra .....	50
Tabulka č. 11: Personální výdaje fitness centra.....	51
Tabulka č. 12: Sociální a zdravotní pojištění zaměstnanců .....	52
Tabulka č. 13: Příjmy z podnikání OSVČ .....	52
Tabulka č. 14: Výdaje na propagaci.....	53
Tabulka č. 15: Celkový přehled výdajů fitness centra .....	53

## SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Procentuelní změna HDP v letech 2005-2013 .....	37
Graf č. 2: Výše hrubé mzdy v korunách v letech 2005-2013 .....	38
Graf č. 3: Míra registrované nezaměstnanosti (%) v letech 2005-2013 .....	39
Graf č. 4: Bod zvratu .....	55

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: PEST analýza .....	26
Obrázek č. 2: Porterův model pěti sil .....	27
Obrázek č. 3: SWOT analýza.....	29
Obrázek č. 4: SWOT analýza fitness centra .....	35