

Založení podniku služeb v oblasti sportovní činnosti

Bc. Martin Hošek

Diplomová práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

IPROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU

Jméno a příjmení: **Martin Hošek**
Osobní číslo: **M11749**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Založení podniku služeb v oblasti sportovní činnosti**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Na základě dostupné literatury zpracujte teoretické poznatky v oblasti založení podniku služeb a marketingového průzkumu.
- Charakterizujte oblast služeb s důrazem na sportovní činnost – fitness.

II. Praktická část

- Proveďte analýzu současného stavu na trhu v oblasti podniku služeb – fitness centrum.
- Vypracujte konkrétní projektové řešení založení zvoleného podniku v oblasti fitness centra.
- Zhodnoťte možné přínosy a rizika daného projektu.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

ABRAMS, Rhonda a Julie VALLONE. Obchodní plán: vytvořte ho správně a rychle!. Praha: Pragma, 2007, 189 s. ISBN 978-80-7349-052-2.

ENGEMANN, Kurt J. a Douglas M. HENDERSON. Business continuity and risk management: essentials of organizational resilience. Brookfield: Rothstein Associates, 2012, 354 s. ISBN 978-1-931332-54-5.

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

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

SYNEK, Miloslav. Podniková ekonomika. 4., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2006, 475 s. ISBN 80-7179-892-4.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Šárka Fialová
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: 22. února 2013
Termín odevzdání diplomové práce: 2. května 2013

Ve Zlíně dne 22. února 2013

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydávajíc zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezahnuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

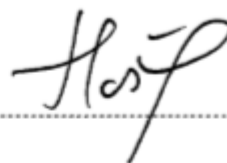
- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a použité informační zdroje jsem citoval;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 23. 4. 2013



⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá založením podniku služeb v oblasti sportovní činnosti - kruhový trénink zaměřený pro muže v městě Brno. Teoretická část je zaměřena na poznatky o založení podniku. Praktická část je stanovena na základě provedeného průzkumu trhu, od kterého se následně odvíjí celé část projektového řešení. V poslední části jsou v práci řešeny rizika a přínosy projektu, SWOT analýza a zhodnocení projektu.

Klíčová slova:

podnik, založení podniku, podnikatelský záměr, zakladatelský rozpočet, právní formy podnikání, průzkum trhu, služba

ABSTRACT

My thesis deals with an establishing of a company providing services in the field of sport activities – circuit training focused on men who live in Brno. The theoretical part is aimed on knowledge of establishing the company. The practical part is based on a market research on which is dependent whole part of a project solution. In the last part of the thesis are solved a risks and contributions of the project, SWOT analysis and the evaluation of the project.

Keywords:

Company, Establishing of the company, Entrepreneurial intention, Founding budget, Legal forms of business, Market research, Service

Děkuji vedoucí diplomové práce paní Ing. Šárce Fialové za odborné rady, připomínky a informace, které mi při psaní diplomové práce poskytla.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahranná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD.....	10
I TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1 VYMEZNÍ POJMŮ V PODNIKÁNÍ	12
1.1 PODNIKÁNÍ.....	12
1.2 PODNIKATEL	12
2 PODNIK.....	14
2.1 PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ	14
2.2 PRŮZKUM TRHU.....	14
2.2.1 Získávání informací	14
2.2.2 Analýza vnitřního a vnějšího prostředí	15
2.3 PODNIKATELSKÝ PLÁN	16
2.4 ZAKLADATELSKÝ ROZPOČET.....	18
2.4.1 Zdroje financování podniku	20
2.5 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ	21
2.5.1 Výčet právních forem podnikání.....	21
2.6 ZALOŽENÍ A VZNIK PODNIKU	24
3 SLUŽBA.....	26
3.1 VLASTNOSTI SLUŽEB	26
3.2 KLASIFIKACE SLUŽEB.....	27
3.3 MARKETING SLUŽEB	27
4 FITNESS CENTRUM V ČR.....	29
4.1 NÁPLŇ FITNESS CENTRA	29
4.2 PODNIKÁNÍ V OBORU FITNESS CENTRA	29
4.2.1 Živnostenské oprávnění	29
4.3 PRÁVNÍ PŘEDPISY V OBLASTI FITNESS	30
4.3.1 Pracovní vztah.....	30
4.3.2 Odpovědnost za škodu	31
4.3.3 Další provozní zajištění.....	31
5 SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....	33
II PRAKTICKÁ ČÁST	34
6 PRŮZKUM TRHU	35
6.1 ANALÝZA ODVĚTVÍ FITNESS V ČR	35
6.2 ANALÝZA MÍSTNÍHO TRHU	36
6.2.1 PEST analýza	36
6.2.2 Porter analýza.....	39
6.2.3 Místo podnikání	42
6.3 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	43
6.3.1 Vyhodnocení dotazníku	44
6.3.2 Závěrečná hodnocení	47
7 ZHODNOCENÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI.....	48
8 PROJEKTOVÁ ČÁST.....	49

8.1	HARMONOGRAM ČINNOSTÍ.....	49
8.1.1	Nezbytné výdaje k založení podnikání	50
8.2	ZALOŽENÍ PODNIKU.....	51
8.2.1	Sepsání zakladatelské listiny.....	51
8.2.2	Složení základního kapitálu	51
8.2.3	Získání živnostenského oprávnění	51
8.2.4	Zápis podniku do obchodního rejstříku.....	52
8.3	PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ	52
8.4	CHARAKTERISTIKA MÍSTA PODNIKÁNÍ.....	53
8.5	MATERIÁLOVÉ VYBAVENÍ.....	53
8.6	PERSONÁLNÍ ZABEZPEČENÍ.....	54
8.7	MARKETING	55
8.7.1	Marketingový cíl	55
8.7.2	Marketingový mix	56
8.7.3	Marketingové náklady.....	57
8.8	ZAKLADATELSKÝ ROZPOČET.....	57
8.8.1	Přehled položek	57
8.8.2	Zdroje krytí.....	59
8.8.3	Tržby	59
8.9	FINANČNÍ PLÁN	61
8.10	SWOT ANALÝZA	62
9	RIZIKA A PŘÍNOSY SOUVISEJÍCÍ SE ZALOŽENÍM.....	64
9.1	RIZIKA SPOJENÁ SE ZALOŽENÍM PODNIKU	64
9.2	PŘÍNOSY SPOJENÉ SE ZALOŽENÍM PODNIKU	66
10	ZHODNOCENÍ PROJEKTU	67
	ZÁVĚR	68
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	69
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	72
	SEZNAM OBRÁZKŮ	73
	SEZNAM TABULEK.....	74
	SEZNAM PŘÍLOH.....	75

ÚVOD

Podnikání je systematická činnost, která vznikla před staletími a pomocí níž se uspokojují potřeby nejen potenciálních zákazníků, ale i své. Každé podnikání má svoje priority a záleží pouze na každém z nás, jak budou dále rozvíjeny. Nicméně než začneme podnikat, musíme vědět, co budeme vyrábět, či jaké služby budeme poskytovat. A proto prvotní úspěch je viděn v nápadu či myšlence, která se utváří a dává tak obraz budoucího podnikání. Než tato myšlenka, která stála na počátku všeho, rozkvetne do reálně fungujícího podniku se všemi legislativními náležitostmi, uplyne mnoho dní či týdnů.

Založení a samotný vznik podniku sebou nese mnoho úskalí, které bude nutno vyřešit a následně překonat. Pokud na této dlouhé a namáhavé cestě bude vše zvládnuto tak projekt, který z počátku byl jenom v našich myšlenkách a na papíře, může být realitou.

Cílem diplomové práce je provést analýzu současného stavu v oblasti podniku služeb na místním trhu v Brně na základě získaných teoretických poznatků. Součástí práce je vypracovat konkrétní projektové řešení založení podniku v této oblasti s možnými přínosy a riziky.

V teoretické části diplomové práce se budeme věnovat vymezením základních pojmů jako podnikání a podnikatel. Na tuto oblast navážeme a poskytneme podrobnější informace o podniku a v závěru popíšeme fitness centrum v České republice.

Tématem praktické části je cíl práce, průzkum trhu a projektová část. Výsledky, které budou získány z průzkumu trhu, budou odrazovým bodem k projektové části, protože nás informují o stavu na místním trhu. Mezi tyto informace patří stav konkurence, spokojenost zákazníků atd. Můžeme říci, že projektová část je tedy jedna z důležitých úseků, protože na základě získaných poznatků řeší konkrétní reálné problémy, vymýšlí konkrétní návrhy a opatření, tak aby podnik fungoval co nejlépe a byl co nejvíce konkurenceschopný.

Po zpracování projektové části připadá zhodnotit projekt jako celek s možnými přínosy a riziky.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZNÍ POJMŮ V PODNIKÁNÍ

1.1 Podnikání

V literatuře a v praxi se setkáváme s různými charakteristikami tohoto pojmu. Podnikání je vyznačováno několika podstatnými rysy:

- základním motivem podnikání je snaha o zhodnocení vloženého kapitálu, což ve většině případů znamená dosažení zisku jakožto přebytku výnosů nad náklady;
- zisk se dociluje uspokojováním potřeb zákazníků. Základem úspěchu podnikatele je zákazník s jeho zájmy, požadavky, potřebami, preferencemi atd.;
- potřeby zákazníků uspokojuje podnikatel prostřednictvím svých výrobků či služeb, což vede k tomu, že musí čelit i riziku. Snahou podnikatele je sledovat strategii a politiku, která by rizika spojená s podnikáním snížila na přijatelnou úroveň. To, co se dá považovat v podnikání za přijatelnou úroveň rizika, závisí především na konkrétních okolnostech, předmětu podnikání, dynamice okolního světa a v neposlední řadě i na osobním založení podnikatele;
- pro jakékoli podnikání je charakteristické, že na jeho počátku podnikatel vkládá do svého podniku kapitál, a to vlastní nebo vypůjčený. Velikost tohoto kapitálu je značně diferencovaná a závisí nejen na předmětu podnikání, ale i na jeho rozsahu. (Synek a Kislíngrová, 2010)

Definice podnikání jak uvádí Veber a Srpková (2005, str. 15) zní: „*Podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty.*“

Podnikání vymezeno dle obchodního zákoníku (1991) se rozumí jako: *Soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku.*

1.2 Podnikatel

V literatuře najdeme různé definice pojmu podnikatel. Podle obchodního zákoníku (1991) osoba zapsána v obchodním rejstříku: „*Osoba podnikající na základě živnostenského oprávnění nebo jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů nebo jde*

o osobu, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštních předpisů.“

Podle Synka a Kislingerové (2010, str. 6) je podnikatel: „*Člověk, který je nositelem a tvůrcem inovací, změn, velmi silně motivovaný k využívání podnikového, lidského i technického potenciálu. Podstatným rysem jeho osobnosti je tvořivost, schopnost přicházet s novými myšlenkami, využívat příležitosti nebo je dokonce vytvářet.*“

Podnikatelem může být nejen fyzická, ale i právnická osoba, přičemž jejich podnikání se v různých náležitostech liší.

- fyzické osoby (podnikatelé) jsou přímo objektem právních vztahů. Na rozdíl právnické osoby vstupují do právních vztahů jako podnik (společnost), nikoliv jako společníci, který podnik tvoří.
- fyzické osoby vystupují ve dvojí roli, a to především jak osoby, které vkládají kapitál do podniku a také jako pracovní síla. Na rozdíl u právnických osob přináší společníci do podniku kapitálový vklad, přičemž mohou či nemusí v podniku pracovat. (Synek, 2007)

2 PODNIK

Na počátku existence podniku stojí myšlenka, která utváří podnikateli budoucí směr. Tedy co budeme vyrábět či jaké služby budeme poskytovat. Avšak pro úspěšné zhodnocení této myšlenky je potřeba sestavit podnikatelský plán, podle kterého budeme postupovat. Bude nutné provést nespočet průzkumů či analýz a následně, aby tato myšlenka byla realizována je potřeba splnit určitá zákonem daná kritéria.

2.1 Předmět podnikání

Předmět podnikání blíže specifikuje službu, kterou podnik nabízí. Umožňuje představu o činnostech k jejímu provádění, potřebě vybavení provozovny, kvalifikačních a kvantitativních nárocích spojených s výkonem služby či materiálové nároky. (Vejdělek, 1997).

2.2 Průzkum trhu

Průzkum trhu je potřebný pro každou firmu bez ohledu na její velikost, protože je neodmyslitelnou součástí marketingového systému a východiskem pro nasazení marketingových nástrojů. (Srpková a Řehoř, 2010)

V této fázi je potřeba rozpracovat tržní segmentaci do menších, více homogenních částí a jejich oslovení s pomocí specifikace marketingové strategie, která apeluje na členy této části. To vyžaduje informaci o tom, kdo jsou firemní zákazníci, jejich charakteristiky, spotřební zvyklosti a preference. Pak je nutné ověřit, zda segment je dostatečně velký a disponuje dostatečnou kupní silou pro vytvoření zisku. Pokud není cílová skupina dostatečně velká nebo nedisponuje dostatečným příjmem, bylo by rozumné firmu nezakládat. K dobré identifikaci segmentu je nutné pracovat s více informačními zdroji. (Staňková, 2007)

2.2.1 Získávání informací

Nejdůležitějším pramenem je výzkum trhu. Ten je definován jako systematický sběr, uchování, analýza a interpretace informací vztahujících se k prodeji zboží a služeb. Rozeznáváme výzkum: (Staňková, 2007)

- primární – zabývá se sběrem informací v terénu, prostřednictvím dotazování (osobní rozhovor, telefonické dotazování, písemný dotazník);
- sekundární – jedná se o dodatečné využití informací a dat, které už dříve někdo shromáždil a zpracoval. Do této oblasti můžeme zahrnout např. veřejné knihovny,

internet, průmysloví experti, online databáze, tisk, média, statistiky atd. (Foret a Stávková, 2003)

2.2.2 Analýza vnitřního a vnějšího prostředí

Pro strukturovanější provádění analýzy je účelné a běžné odlišit analýzy vnitřních a vnějších podmínek a využít některých doporučovaných analytických nástrojů např. SWOT analýzu, SLEPT analýzu, Porterův model konkurenčních sil, popřípadě vyjít z určitých precedentních příkladů či schémat. Tím lze kromě zajištění určité konzistence analýzy také snížit – nikoliv však vyloučit – riziko opomenutí některého z významných faktorů s důsledkem pozdějšího znehodnocení vytvářeného plánu. Na druhou stranu je dobré mít na paměti, že žádný nástroj, postup či metodika nemůže nahradit komplexnost lidského uvažování v souvislostech a podnikatelskou kreativitu.

- SWOT analýza – jde o obecný analytický rámec a postup, který identifikuje a posuzuje významnost faktorů z pohledu silných a slabých stránek zkoumaného objektu, tedy v našem případě samotného podnikatelského záměru a budoucího podniku (interní faktory), a následně z pohledu příležitostí a hrozeb, kterým je nebo bude zkoumaný objekt, tedy náš podnik vystaven (externí faktory);
- SLEPT analýza – je nástrojem charakteru postupu či rámce sloužícího k identifikaci a zkoumání externích faktorů. Zaměřuje se na oblast:
 - sociální (trh práce, demografické ukazatele, vliv odborů, ale také míra a vnímání korupce);
 - legislativní (zákony, jejich použitelnost a interpretovatelnost, práce soudů včetně rejstříkových);
 - ekonomická (makroekonomické hospodářské ukazatele a předpoklady, příjmy i nepřímé daně atd.);
 - politická (stabilita poměrů resp. státních a municipálních institucí, politické trendy a postoje k podnikání aj.);
 - technologická (technologické trendy – typický vývoj a důsledky vývoje internetu, podpůrné technologie a aplikace a jejich dostupnost aj.).
- Porterův model konkurenčních sil – jde o model zkoumání konkurentů našeho podniku, ať již potenciálních nebo reálně existujících. Tento model se zaměřuje na konkurenci již na trhu, nově přichozí, zákazníky, dodavatele a substituty. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008)

2.3 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán či záměr je formalizovaný dokument odrážející založení podniku. Struktura každého podnikatelského plánu se liší podle účelu, pro který je sestavován. (Koráb, 2008)

Správně sestavený plán nám napoví, zda je projekt životaschopný, upozorní nás na možná úskalí ještě před samotným počátkem podnikání. Nezbytné je plán sestavit pokud usilujeme o finanční prostředky, ať už od banky, investora či chceme sehnat společníka pro společné podnikání. Při jeho sestavování si velice dobře uvědomíme dílčí kroky, které budeme muset podstoupit. (Institut rozvoje podnikání, 2008)

Vyhotovení podnikatelského plánu vyžaduje hodně času a energie. V případě, že se má vyhotovit plán dobrý, pak je nutno postupovat systematicky. Struktura podnikatelského plánu poskytuje podnikateli užitečný kontrolní prostředek pro zpracování informací nutných pro vytyčení reálných cílů podnikání, které jsou pak dosažitelné. V zásadě tedy slouží pro:

1. Interní účely

- nástroj analýzy a následné integrace informací pro formulaci vize a cílů;
- souhrnný dokument – komplexně prezentuje záměr a strategii, pomocí které chce firma dosáhnout v určitém období kvantifikovaných cílů;
- slouží jako nástroj realizace budoucích závažných změn;
- nástroj pro posouzení technicko - ekonomické smysluplnosti významné investiční akce.

2. Externí účely

- hledání poskytovatele kapitálu pro investiční akci nebo zájemce o koupi firmy. (Staňková, 2007)

Každý podnikatelský plán by se měl skládat z následujících základních částí, a to především:

- titulní strana – podává stručný výklad obsahu podnikatelského plánu. Obvykle by zde měly být uvedeny údaje jako název a sídlo podniku, jména podnikatelů a kontakty, popis podniku a povaha podnikání či způsob financování a jeho struktura;

- exekutivní souhrn – je v podstatě extrakt neboli stručné shrnutí nejdůležitějších aspektů podnikatelského plánu. Cílem exekutivního souhrnu je ve čtenáři vzbudit zvědavost, aby pokračoval ve čtení celého dokumentu;
- analýza trhu – patří sem analýza konkurenčního prostředí, kde jsou zahrnuti všichni významní konkurenti včetně jejich silných a slabých stránek i možností, jak by mohli negativně ovlivnit tržní úspěch podniku. Dále je zde detailní analýza odvětví z hlediska vývojových trendů a historických výsledků. Je vhodné rovněž zahrnout i přírodní faktory, politickou situaci, legislativní podmínky atd.. Samozřejmě, že zde musí být uvedena analýza zákazníků na základě provedení segmentace;
- popis podniku – v této části se uvádí podrobný popis podniku. Je velice důležité, aby byla potenciálnímu investorovi zprostředkována představa o velikosti podniku a jeho záběru. Popis podniku by měl obsahovat pouze doložitelná fakta, která se týkají jeho založení a různých úspěchů. Dále se v něm definuje strategie podniku a cíle a cesty k jejich dosažení;
- výrobní plán – tato pasáž zachycuje celý výrobní proces. Pokud bude podnik realizovat část výroby formou subdodávek, měli by zde být uvedeni i tito subdodavatelé včetně důvodů jejich výběru. Je nutné také uvést informace o již uzavřených smlouvách. Pokud bude celou nebo i část výroby zajišťovat sám podnikatel, musí zde být uveden popis potřebných strojů a zařízení, dále také používané materiály a jejich dodavatelé. Nejedná-li se o výrobní podnik, bude se tato část nazývat „obchodní plán“ a bude obsahovat informace o nákupu zboží a služeb, potřebné skladovací prostory atd.. Pokud jde však o oblast poskytování služeb, bude se tato část podnikatelského plánu týkat popisu procesu poskytování služeb, vazby na subdodávky, a tím opět hodnocení vybraných subdodavatelů;
- marketingový plán – objasňuje, jakým způsobem budou výrobky či služby distribuovány, oceňovány a propagovány. Jsou zde uvedeny také odhady objemu produkce nebo služeb, ze kterých lze následovně odvodit odhad rentability podniku. Tato část bývá považována za nejdůležitější součást zajištění úspěchu podniku;
- organizační plán – v této části podnikatelského plánu je popsána forma vlastnictví nového podniku;
- hodnocení rizik – zde je potřeba popsat největší rizika, která mohou vyplynout z reakce konkurence, ze slabých stránek marketingu, výroby či manažerského týmu

nebo technologického vývoje. Tyto rizika je žádoucí analyzovat a připravit alternativní strategie pro jejich eliminaci;

- finanční plán – tvoří důležitou součást podnikatelského plánu. Určuje potřebné objemy investic a ukazuje, nakolik je ekonomicky reálný podnikatelský plán jako celek. Zabývá se třemi důležitými oblastmi:
 - předpoklad příslušných příjmů a výdajů;
 - cash-flow;
 - odhad rozvahy. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008)
- shrnutí a závěry – stručný popis podnikatelského záměru i jeho cílů, zdůvodnění očekávaného úspěchu, stanovení požadavků na kapitálové zabezpečení záměru, návratnost vložených prostředků; (Zámečník, Tučková a Novák, 2008)
- přílohy – zde jsou obvykle uvedeny informativní materiály, které nelze začlenit do samostatného textu podnikatelského plánu. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2008)

Zpracovávaný podnikatelský záměr by měl splňovat určité požadavky, a to:

- stručný a přehledný;
- jednoduchý;
- nejvěrohodnější a realistický;
- nezakrývat slabá místa a rizika projektu;
- prokázat schopnost firmy hradit úroky a splátky;
- být zpracován kvalitně i po formální stránce. (Fotr a Souček, 20005)

2.4 Zakladatelský rozpočet

Hlavním cílem zakladatelského rozpočtu je specifikovat a kvantifikovat finanční prostředky potřebné k zahájení podnikání. Zahájení podnikatelské činnosti můžeme rozdělit do určitých stádií:

- založení firmy;
- zahájení podnikatelské činnosti;
- stabilizace podnikatelské činnosti.

Těmto stádiím odpovídá režim financování ze startovního kapitálu a režim běžného financování.

Zahájení podnikání má mnoho úskalí, a to především to, že při začátku podnikatelské činnosti náklady podstatně převyšují výnosy. Vykazování ztráty při zahájení podnikání není

nic neobvyklého, ale je nutné ztrátu řídit a financovat. Rizika je možné minimalizovat zejména přesným odhadem potřeb finančních prostředků a zajištěním potřebné výše zdrojů financování.

Propočet potřebné výše finančních prostředků, které budou nutné k zahájení podnikatelské činnosti, lze rozdělit do čtyř skupin:

- finanční prostředky nutné k založení firmy – jedná se o vynaložení nezbytných finančních prostředků např. složení základního kapitálu, poplatky za vydání živnostenského listu, poplatky za výpis z rejstříku trestu, ověření listin, návrh loga podniku, razítka, webové stránky atd.;
- finanční prostředky na pořízení tzv. dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku – týká se takových záležitostí jako nákup pozemků, budov, technického vybavení, administrativního zabezpečení podnikání apod. Je možné, že tyto prostředky vlastníme. Pokud však tyto prostředky nemáme k dispozici, musíme se rozhodnout, které prostředky budeme potřebovat a jak je si je opatříme;
- finanční prostředky potřebné na nákup zásob;
- finanční prostředky určené na zahájení podnikatelské činnosti – jedná se o financování provozní činnosti do doby, než bude zabezpečeno financování z tržeb.

Po zjištění potřeby finančních prostředků nutných na založení firmy a zahájení podnikatelské činnosti a zjištění potřeby a struktury zdrojů financování sestavíme zahajovací rozvahu. Tato zahajovací rozvaha zobrazuje na levé straně strukturu majetku (aktiva), to co máme k dispozici ke dni zahájení podnikatelské činnosti, a na straně druhé strukturu zdrojů (pasiva), ze kterých budeme tento majetek financovat.

Po naplánování zahajovací rozvahy je nutné sestavit předpokládané výnosy, náklady a hospodářský výsledek. Tím pádem zjistíme, zda bude firma schopna dosahovat zisk, kdy bude schopna dosahovat zisk a jaká bude výše zisku v jednotlivých letech. Kromě plánovaného výkazu zisků a ztrát nesmíme opomenout sestavit plán peněžních toků, který obsahuje příjmy a výdaje. Toto sestavení peněžních toků je velice důležité, protože pokud nedojde k nerespektování rozdílů mezi náklady a výdaji, ale také mezi příjmy a výnosy tak se může stát, že sice bude firma vykazovat zisk, ale peníze reálně na účtu či v pokladně mít nebudeme. (Veber, Srpová a kol., 2012)

2.4.1 Zdroje financování podniku

Základním zdrojem financování podnikání jsou vlastní zdroje, které podnikatel vkládá do podnikání. Investováním těchto zdrojů dává najevo své přesvědčení o životaschopnosti svého nápadu, jako i schopnosti najít způsoby jeho uskutečnění. Pokud by podnikatel neuložil své peníze do podnikání, nemůže očekávat, že podnikatelský nápad podpoří jiné osoby, ať už formou vkladu nebo formou půjčky. (Režňáková, 2012)

Zdroje financování, které vychází z právního postavení poskytovatele kapitálu, je možné dělit:

1. vlastní zdroje financování

- vklady vlastníků – představuje vlastní zdroj financování;
- zisk – při použití zisku jako zdroje financování hovoříme o samofinancování. Výhodou použití zisku je to, že nevznikají náklady na cizí zdroje, nezvyšuje se objem závazků a snižuje se podstupované finanční riziko podniku;
- odpisy – z hlediska finančního hospodaření podniku jsou odpisy stabilním interním finančním zdrojem. Částku odpisů získává podnik inkasem tržeb, tj. v cenách prodané produkce. Podnik tedy pak sám rozhoduje o tom, zda je využije na krytí provozních potřeb, splátky dluhů nebo k financování dlouhodobého rozvoje. Z hlediska zdrojového jsou odpisy pro podnik výhodnější než zisk, protože nepodléhají zdanění. (Veber, Srpková a kol., 2012)

2. cizí zdroje financování

- akcie – jedná se o cenný papír, který potvrzuje podíl majitele na podnikovém kapitálu;
- úvěry – lze je rozlišit na finanční a obchodní. Finanční úvěry jsou úvěry poskytnuté finančními institucemi, jako je banka. Obchodní úvěry souvisí s obchodními vztahy a jsou krátkodobými zdroji financování. Patří sem například dodavatelské úvěry;
- obligace;
- rizikový kapitál;
- leasing – jedná se o alternativní možnost pro nákup majetku. Leasing dělíme na finanční a operativní;

- faktoring a forfaiting – podstata faktoringu a forfaitingu je odkup pohledávek. Potřebuje-li podnik okamžitě finanční prostředky, může odprodat své pohledávky;
- dotace – jedná se o nevratný finanční zdroj. Stát nebo jiný územní celek takto může podporovat své projekty. (Pavelková a Knápková, 2007)

2.5 Právní formy podnikání

Volba právní formy podnikání je stejně jako řada jiných faktorů důležitým momentem vlastního rozhodnutí o podnikání. Řada začínajících podnikatelů se prostě rozhoduje pro některou z převažujících forem, aniž by dobře zvážili její vhodnost k vlastnímu záměru. Přestože se toto rozhodnutí dá změnit, náklady spojené s touto změnou mohou být velké a organizačně velmi náročné. Při rozhodování o formě je třeba vzít v úvahu tyto skutečnosti:

- výše startovního a budoucího kapitálu – formy podnikání se liší schopností generovat startovní kapitál, podle výše kapitálu, který potřebujete, a způsoby, jak ho obstaráte, se jeví některé formy podnikání jako vhodnější;
- daňové zatížení – ukazuje se, že budoucí trend směřuje k permanentnímu rychlejšímu snížení daňového zatížení firem než jednotlivců;
- kontrola nad firmou – při partnerství automaticky předáváte část kontroly nad firmou někomu jinému a je jen otázkou, do jaké míry;
- náklady na založení – některé formy založení jsou bez asistence právní kanceláře velmi komplikované, a proto je důležité zvážit náklady právní asistence;
- manažerské předpoklady - je nutné zvážit vlastní dovednosti a zkušenosti, které vedou ke zvládnutí finanční stránky podnikání;
- následnictví ve firmě. (Staňková, 2007)

2.5.1 Výčet právních forem podnikání

V České republice upravuje právní formy podnikání Obchodní zákoník, který dovoluje tyto následující právní formy podnikání.

Podnik fyzické osoby

Je vlastněn jednou osobou, případně více osobami. Podniky jednotlivce mají obvykle formu živnosti. (Veber a Srpová, 2005)

Pro podnikání v menším rozsahu má dvě hlavní výhody, a to především, že k jeho založení stačí i menší kapitál a jeho regulace ze strany státu je minimální. Hlavními nevýhodami je obtížný přístup ke kapitálu, neomezené ručení za dluhy podniku a omezená životnost firmy daná délkou života majitele. (Synek a Kislingerová, 2010)

Živnost – soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem. Živnost může provozovat nejen fyzická osoba, ale i právnická. Živnostník ručí za závazky celým svým majetkem, i osobním. Základní kapitál není podmínkou vzniku živnosti. (Staňková, 2007)

Živnostenský zákon rozděluje živnosti:

1. ohlašovací – tyto živnosti mohou být provozovány na základě ohlášení a získání živnostenského listu a dělí se na řemeslné, vázané a volné.
2. koncesované – tyto živnosti mohou být provozovány na základě tzv. koncese, která vyžaduje speciální kurzy či požadované vzdělání. (Synek, 2006)

Podnik právnické osoby

Obchodní zákoník definuje tři základní druhy společností, které musí být zapsány v obchodním rejstříku:

- osobní společnosti;
- kapitálové společnosti;
- družstva. (Wágnerová a Šebestová, 2007)

Osobní společnosti

➤ Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)

Alespoň dvě osoby podnikají pod společnou firmou a ručí za závazky podniku společně a nerozdílně celým svým majetkem. Minimální výše základního kapitálu není stanovena a zisk se dělí mezi společníky rovným dílem a rovným dílem nesou společníci i ztrátu. (Staňková, 2007).

➤ Komanditní společnost (k.s.)

Je to obchodní společnost, kterou zakládají dva nebo více společníků, z nichž jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého vkladu (tzv. komanditista) a jeden nebo více společníků ručí celým svým majetkem (komplementář). (Synek a Kislingerová, 2010)

Minimální výše základního kapitálu u komanditisty činí 5 000 Kč. Zisk se dělí na část připadající ve společenské smlouvě. Pokud není stanoveno ve společenské smlouvě, dělí se mezi ně na polovinu. (Staňková, 2007)

Kapitálové společnosti

➤ Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)

Může být založena fyzickými i právnickými osobami, ale i jen jednou osobou. Maximální počet však nesmí překročit hodnotu padesáti osob. Výše základního kapitálu musí být alespoň 200 000 Kč. Podnik odpovídá za své závazky veškerým svým majetkem, společník však jen do výše svého vkladu zapsaného v obchodním rejstříku. Nejvyšším orgánem podniku je valná hromada, statutárním orgánem je jednatel či jednatelé. Založení i správa podniku je mnohem jednodušší než u akciové společnosti. Proto je tato forma podniku velmi oblíbená a velmi rozšířená. (Synek a Kislingerová, 2010)

➤ Akciová společnost (a.s.)

Akciová společnost je jedna z nejstarších kapitálových právních forem. Pro svoji náročnost se však mezi malými či středními firmami příliš často nevykytuje. Základní kapitál podniku založené bez veřejné nabídky akcií musí činit nejméně 2 mil. Kč., s veřejnou nabídkou nejméně 20 mil. Kč. Základním dokumentem podniku jsou stanovy. (Veber a Srpová, 2005)

Minimální počet se zákona nutných akcionářů se v jednotlivých zemích liší, ale zpravidla se pohybuje mezi třemi až pěti. V České republice může akciovou společnost založit jedna právnická osoba nebo minimálně dvě fyzické osoby. Akciová společnost není spojena s jedním konkrétním vlastníkem, a proto může fungovat téměř do nekonečna, a tím zároveň umožňuje snadnou převoditelnost majetku. Pokud akcionář není spokojen s fungováním firmy, může své akcie prodat komukoliv dalšímu. (Staňková, 2007)

Družstva

Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob. Vzniklo za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb svých členů. Družstvo zakládá alespoň pět fyzických osob nebo dvě právnické osoby a v průběhu činnosti mohou členové jak vstupovat, tak i vystupovat. Podmínka členství je splacení vkladu určeného stanovami avšak základní kapitál musí činit nejméně 50 000 Kč. (Bartková, 2006)

2.6 Založení a vznik podniku

V této části se budeme blíže zabývat společnostmi s r. o., poněvadž tento projekt bude zakládán jako společnost s ručením omezeným. Konkrétní postup založení právnické osoby je upraven příslušnými ustanoveními obchodního zákoníku. V základních bodech lze postup založení popsat následovně:

1. *Sepsání společenské smlouvy nebo zakladatelské listiny*

Společenská smlouva podniku s ručením omezeným musí mít formu notářského zápisu, tedy musí být vyhotovena v písemné formě a sepsána notářem. Pokud je jeden společník, sepiše se zakladatelská listina. K sepsání společenské smlouvy bude notář vyžadovat údaje, které představují náležitosti sepisované smlouvy. Těmito náležitostmi jsou:

- obchodní firma a sídlo podniku;
- určení společníků s uvedením firmy nebo názvu a sídla právnické osoby nebo jména a bydliště fyzické osoby;
- předmět podnikání;
- výše základního kapitálu a výše vkladu každého společníka včetně způsobu a lhůty splácení vkladu;
- jména a bydliště prvních jednatelů podniku a způsob, jakým jednají jménem podniku;
- jména a bydliště členů první dozorčí rady, pokud se zřizuje;
- určení správce vkladu;
- jiné údaje, které vyžaduje obchodní zákoník.

2. *Složení stanovené části základního kapitálu u správce vkladu*

Peněžité vklady do základního kapitálu podniku musí být splaceny před podáním návrhu k zápisu podniku do obchodního rejstříku alespoň 30 % na každém peněžitém vkladu. Celková výše splacených peněžitých vkladů s hodnotou nepeněžitých vkladů musí činit nejméně 100 tis. Kč. Nepeněžní vklad musí být před vznikem podniku splacen v celé výši.

3. *Zajištění živnostenského či jiného oprávnění k výkonu činnosti*

V souladu s podnikatelským záměrem je třeba určit, v jakých oborech by měl podnik podnikat, což znamená uvést předmět podnikání. Bude-li podnik podnikat na základě živnostenského oprávnění, musí buď oznámit skutečnost živnostenskému úřadu, nebo o ně požádat. Živnostenský úřad si následně sám opatří výpis rejstříku

trestů jednatele, avšak bude vyžadovat již existující notářský zápis o založení podniku.

4. Zápis do obchodního rejstříku

Návrh na zápis do obchodního rejstříku musí být podán nejpozději do 90 dnů od založení podniku. Tento návrh musí podat všichni jednatele svým jménem. Pravost jejich podpisů musí být úředně ověřena. Příkladá se společenská smlouva, oprávnění k činnosti, potvrzení správce vkladu, posudek znalce o ocenění nepeněžních vkladů a popřípadě další listiny. Je potřeba také předložit nájemní smlouvu či výpis z katastru nemovitostí.

Podnik vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku. Samozřejmě se zápisem do obchodního rejstříku souvisí i soudní poplatek.

Protože proces založení a vznik právnické osoby trvá poměrně dlouho, je možné si tuto službu koupit. Tato nabídka prodeje se nazývá ready made podnik. Jedná se o takové podniky, které byly založeny jako neaktivní, za účelem jejich dalšího prodeje. Podnikatel tak může během jednoho či více dnů získat hotový podnik zapsaný do obchodního rejstříku a může okamžitě podnikat.

5. Další povinnosti

- registrace u správy daně jako poplatník daně z příjmů právnických osob;
- registrace u správy sociálního zabezpečení;
- popřípadě jiných institucí. (Veber a Srpová, 2012)

3 SLUŽBA

Definovat jednoznačně pojem služby je obtížné. Mnoho autorů pro vymezení služeb využívá zpravidla různé dílčí charakteristiky a definice, které se odvíjejí od specifik služeb. Důvodem uvedeného přístupu je značný rozsah činností, ve kterých se služby uplatňují (obchod, zdravotnictví, pojišťovnictví, finance, doprava, cestovní ruch, sport atd.). Z uvedeného je patrné, že oblast služeb je velmi široká a tak řadu služeb zajišťuje pro obyvatelstvo stát (např. sociální služby, služba ochrany osobního majetku).

Pojem služba je historicky spojen s latinským slovem „servus“ (otrok). V českém jazyce je pojem služba stále asociován s poddanstvím (sluha, služka). (Hesková, 2012)

Kotler a Keller (2007, str. 440) definovali službu jako: *„Akt nebo výkon, který může jedna strana nabídnout jiné straně a který je svojí podstatou nehmotný a nevede ke změně vlastnictví čehokoliv. Příprava služby může, ale nemusí, být spojena s fyzickým výrobkem.“*

Podle Lovelock a Wirtz lze definovat službu jako: *„Ekonomické aktivity nabízené jednou skupinou druhé, nejčastěji souběžně probíhající výkony přinášející toužebné výsledky recipientům, objektům či jiným aktivům, které patří zákazníkům. Výměnou za peníze, čas a námahu očekávají zákazníci služeb, že dostanou hodnotu z přístupu ke zboží, práci, profesionálním znalostem, zařízením, sítím a systémům, ale za běžných okolností k nim nezískají vlastnictví.“* (Lovelock, Wirtz, str. 326)

3.1 Vlastnosti služeb

Služby mají specifické vlastnosti, a proto se velice výrazně odlišují v podnikání. Základními vlastnostmi služeb jsou:

- nehmatatelnost – služba je vlastnost, která je na rozdíl od výrobku obtížné uchopit;
- nedělitelnost – je spojena s místem výroby, které zpravidla představuje i místo spotřeby;
- proměnlivost – je spojená s kvalitou služby, je propojená na subjekt, který službu poskytuje – tedy kdo, kde jsou služby poskytovány a kdy. Kvalita služby je proto ovlivňována poskytovatelem, časem a místem;
- pomíjivost – službu jako takovou nelze skladovat, uchovávat ani vracet, pokud nejsou v daný okamžik spotřebovány, dochází k jejich ztrátě. (Hesková, 2007)

3.2 Klasifikace služeb

Služby lze klasifikovat do několika různých kategorií. Nejčastější a nejrozšířenější je klasifikace služeb podle Českého statistického úřadu. Ten rozděluje služby podle kritéria ekonomických činností. Od 1. ledna 2009 začala platit nová evropská klasifikace CZ-NACE, která nahradila klasifikaci OKEČ (oborová klasifikace ekonomických činností). (Hesková, 2007)

3.3 Marketing služeb

Marketing služeb má základ v klasické teorii marketingu. Dynamický růst odvětví služeb v průběhu posledních let vedl k rozvoji samostatného oboru marketingu služeb. Přístupy odborníků na tuto oblast jsou založeny na hledání specifíků, která jsou zpravidla odvozena od jedinečných vlastností produktu služby.

Základní charakteristiky služeb jsou spojeny s následujícími skutečnostmi:

- zpravidla jde o činnost, které mají v sobě určité prvky nehmataelnosti, neoddělitelnosti, pomíjivosti a vyžadují větší míru interakce se zákazníkem nebo jeho majetkem;
- výsledkem poskytnutí služby není převod vlastnictví;
- služba může vést ke změně podmínek a její produkce může nebo nemusí být spojena s hmotným produktem.

Manažeři se shodují na tom, že dřívější marketing byl nevhodný, a proto je třeba se neustále věnovat zefektivňování jednotlivých marketingových činností.

V posledních letech je do moderních marketingových trendů zahrnována problematika specifických marketingových přístupů, které najdeme v různých podobách tak, jak tomu svědčí nejrůznější marketingové názvy (makromarketing, megamarketing, globální marketing, komplexní marketing). Z uvedeného je patrné, že jde o snahu implementovat marketing na různé oblasti podniku i mimo oblast trhu (např. prostředí sociální, právní, přírodní a kulturní). V oblasti marketingového výzkumu najdeme adekvátní tendence, kdy od lokálních výzkumů se přechází ke zkoumání regionálních a globálních problémů a jejich dopady. Vývoj informačních technologií se projevuje v marketingovém výzkumu v analýze a hodnocení dat, což lépe umožňuje předvídat chování spotřebitelů, získávat podklady pro uvádění nových produktů na trh, zpracovávat mediální plány, pracovat s dokumenty v elektronické podobě, zefektivňovat procesy zpětné vazby atd..

Rozvoj informačních technologií má dopad i do segmentačního výzkumu, resp. zdokonalení procesu segmentace. Efektivní segmentační výzkum je nutností pro naplnění cílů, např. ve spojitosti s hledáním vyšší přidané hodnoty pro zákazníky. Snaha o efektivní segmentaci je spojena s poznatkem, že méně nákladné je zákazníky si udržet, než se orientovat na získání zákazníků nových. Efektivní marketing hledá cesty i z pohledu účinnější analýzy konkurence.

Současný přístup marketingu je propojen s následujícími pilíři (manažerskou orientací v marketingu, analytickým přístupem, interdisciplinárním charakterem, univerzální aplikovatelností marketingového managementu a komplexním pohledem na marketing jako celek). Komplexní pohled na marketing prezentuje tzv. holistický marketing, který je prezentován jako vývoj, tvorba a implementace marketingových programů, procesů a aktivit. Veškerá činnost spojená s holistickým marketingem se odráží v jeho čtyřech základních klíčových dimenzích – interním marketingu, integrovaném marketingu, vztahovém marketingu a společensky odpovědném marketingu. Zvětšená pozornost je věnována i otázkám elektronické komunikace (e-commerce, e-nakupování). Z hlediska marketingových informačních systémů je kladen důraz zejména na využívání marketingových inteligentních systémů, databázový marketing a tzv. „data mining“. Ke změnám dochází i v přístupu k marketingové komunikaci, především v oblasti reklamy. (Hesková, 2007)

4 FITNESS CENTRUM V ČR

Fitness centrum patří dle CZ-NACE:

- sekce R kulturní, zábavní a rekreační činnost;
- oddíl 93 sportovní, zábavní a rekreační činnosti;
- pododdíl 93.13 činnost fitcenter. (czso, 2012)

4.1 Náplň fitness centra

Do této oblasti zahrnujeme činnosti spojené s tělesnou kondicí, celkovou zdatností, zlepšení držení těla, zlepšení konceptu postavy, při současném působení na upevňování zdraví, rozvoj svalové síly, dalších pohybových schopností, apod.. Pro fitness cvičení se používají kromě tradičních činek i různé speciální stroje, trenažery, apod.. (Česká komora fitness, 2012)

Fitness centrum může navíc obsahovat:

- masérské, rekondiční a regenerační služby – poskytování sportovních, rekondičních a regeneračních masáží (na zdravých jedincích a nenavodí léčebný proces, nepatří sem některé techniky např. reflexní masáž a speciální procedury, jako parafínové zábaly);
- provozování solárií;
- poradenské služby ohledně výživy. (Česká komora fitness, 2012)

4.2 Podnikání v oboru fitness centra

Fitness industry jako obor zastupuje občanské sdružení Česká komora fitness. Cílem komory je sdružit, koordinovat a zastupovat fitness sektor jako plnohodnotné odvětví českého hospodářství. Aktuálními úkoly je založení a naplnění Českého registru fitness profesionálů, sestavení dílčích kvalifikací fitness, vytvoření přehledu českých fitness center a certifikovaných i necertifikovaných školicích center. (Podnikání ve fitness, 2012)

4.2.1 Živnostenské oprávnění

Živnostenské oprávnění musí mít podnik s ručením omezeným nikoli podnikatel. Podnik je samostatným subjektem práva, samostatným podnikatelem a tato část je od svých zakladatelů oddělena. Zakladatelé či společníci obchodní společnosti nejsou z titulu své účasti

podnikateli. Je tedy nezbytně nutné, aby živnostenské oprávnění získal podnik s ručením omezeným jako takový, nikoli její zakladatelé.

U provozování fitness a sportovních center bude záležet především na tom, jaké konkrétní činnosti by podnik provozoval. V případě, že podnik bude provozovat toliko činnosti spadající do tzv. živností volných, není třeba žádnou odbornou či jinou způsobilost prokazovat. Mezi živnosti volné týkající se provozu fitness centra patří provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovních činností. S tímto předmětem podnikání jsme oprávněni pouze zabezpečovat provoz fitness včetně základního poradenství. Na druhou stranu, pokud zamýšlíme i jiné služby, např. trénovat klienty, sestavovat cvičební programy, předvádět apod., pak tato činnost již spadá do živností vázaných, k níž je třeba mít příslušnou odbornou kvalifikaci. Tu samozřejmě nemůže mít podnik s ručením omezeným, ale tyto zvláštní podmínky musí splňovat fyzická osoba, která je v určitém vztahu k tomuto podniku.

Pokud je požadováno splnění zvláštních podmínek pro provozování živnosti, může podnikatel provozovat živnost buď prostřednictvím odpovědného zástupce, nebo osobami splňujícími požadavky odborné způsobilosti, které jsou živnostenským zákonem stanoveny:

- a) vysokoškolské vzdělání (titul Mgr., Bc.) ve studijním programu a studijním oboru zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport např. Fakulta tělesné výchovy a sportu, Pedagogická fakulta – obor TV;
- b) vyšší odborné vzdělání v oboru vzdělání zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport;
- c) osvědčení o rekvalifikaci nebo doklad o odborné kvalifikaci;
- d) doklad o vykonání tříleté praxe v oboru v nezávislém postavení. (Živnostenské oprávnění, 2010)

4.3 Právní předpisy v oblasti fitness

Jsou nezbytnou součástí podnikání, protože ať už chybné či špatné nastavení těchto předpisů může negativně ovlivnit podnik.

4.3.1 Pracovní vztah

Jako provozovatel fitness budeme zaměstnávat osoby za úplatu např. recepční, instruktor, ale také budeme potřebovat účetní, daňového poradce a celou řadu dalších osob, samozře-

jmě podle rozsahu nabízených služeb. Proto zaměstnávání v pracovním poměru bude řešeno:

- dohodou o pracovní činnosti;
- dohodou o provedení práce;
- práce na základě mandátní smlouvy.

Pracovní smlouva musí mít písemnou formu a jako zaměstnavatel bude muset dodržovat celou řadu ustanovení zákoníku práce (zánik pracovního poměru, pracovní doba, dovolená na zotavenou, překážky v práci, povinnosti zaměstnavatele i zaměstnance). (Česká komora fitness, 2012)

4.3.2 Odpovědnost za škodu

Fyzická nebo právnická osoba odpovídá za škody způsobené třetí osobě na zdraví a životě, majetku i jinak. V rámci provozování fitness je potřeba vzít v úvahu odpovědnost za škodu podle občanského, obchodního a pracovního zákoníku. Jedná se především o tento výčet:

- podle obecné odpovědnosti v občanském zákoně každý, kdo poruší právní povinnost a zavíní škodu, tak za ní odpovídá;
- zvláštní druhy odpovědnosti – tímto je myšleno např. odpovědnost za škodu způsobenou jinému provozní činností, odpovědnost způsobenou vadou přístroje či odpovědnost za vnesené nebo odložené věci;
- odpovědnost podle obchodního zákoníku;
- odpovědnost podle zákoníku práce;
- odpovědnost trestněprávní. (Česká komora fitness, 2012)

4.3.3 Další provozní zajištění

Do této oblasti lze zahrnout:

- bezpečnost při práci - každému zaměstnavateli bez ohledu na předmět činnosti nebo počet zaměstnanců vyplývá celá řada povinností ze zákona na úseku ochrany bezpečnosti a ochrany zdraví při práci;
- požární ochrana - provozovatel fitness má zákonnou povinnost zajistit požární ochranu ve všech prostorách, které jsou užívány k provozování činnosti. Tuto povinnost má provozovatel a nikoli majitel objektu;
- hygiena - hygienické normy neupravují konkrétně podnikání v oblasti fitness;

- Intergram - jedná se o legální způsob mediálního vysílání a šíření veřejnosti (kolektivní správa pro výkonné umělce - hudebníci, zpěváci, výrobce zvukových a zvukově obrazových záznamů – CD, DVD nosiče);
- OSA - ze zákona máme povinnost uzavřít licenční smlouvu s kolektivními správci (ochranný svaz pro hudební autory, který je zastupuje na poli autorského práva);
- pokud ve fitness máme rozhlasový či televizní přijímač, je naší povinností za každý přístroj platit koncesionářský poplatek ve výši 45Kč (rozhlasový přijímač) a 135 Kč (televizní přijímač) měsíčně. (Česká komora fitness, 2012)

5 SHRUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

První krok, který vede k přemýšlení o založení podniku, je tedy myšlenka, která se utváří, vyvíjí a dává tak možnost budoucího směru v čem se bude podnikat. V teoretické části jsou sepsány nutné kroky, co je potřeba promyslet a následně zařídit, aby podnik fungoval se všemi právními a legislativními náležitostmi.

Nejprve byly popsány základními pojmy jako podnikatel a podnikání. Dle různých druhů knižních zdrojů je možno definovat tyto pojmy jako ekonomický subjekt, jež byl zřízen za účelem uspokojování potřeb a dosahování zisku, pomocí výrobních faktorů. Další a výrazně důležitější částí bylo zaměření se na založení a vznik podniku. Tomu však předchází průzkum trhu, stanovení podnikatelského plánu a zakladatelského rozpočtu. Průzkum trhu je potřebný pro každou firmu bez ohledu na její velikost. Je neodmyslitelnou součástí marketingového systému a východiskem pro nasazení marketingových nástrojů. Podnikatelský plán je formalizovaný dokument odrážející založení podniku. Při jeho sestavování si velice dobře uvědomíme dílčí kroky, které bude nutno podstoupit. Naopak zakladatelský rozpočet specifikuje a kvantifikuje možné finanční prostředky, které budou nutné k zahájení podnikatelské činnosti. Tyto dva dokumenty jsou nesmírně důležité, protože pokud jsou správně sestaveny, napoví nám, zda je projekt životaschopný. Následně další část byla věnována založení a vzniku podniku. V této části byly popsány jednotlivé postupy, které jsou nutné provést, aby podnik mohl vzniknout a následně fungovat.

V poslední části teoretických poznatků byla pozornost věnována pojmu služba. Služba jako taková je definována v různých knižních zdrojích, ale podle mého názoru lze službu definovat jedním slovem, a to sloužit. Na závěr bylo popsáno fitness, kde byla zmíněna klasifikace, náplň a samozřejmě, že v této oblasti nemohly chybět právní předpisy.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 PRŮZKUM TRHU

Fitness je jedním z nejperspektivnějších oborů sportu a volného času v současnosti. V rámci celé Evropy činí obrat fitness industry 22 mld. eur. Pokud by tato částka byla srovnána například s ročním obratem ve fotbale v Evropě, tak to je „pouhých 12 mld. eur. (Česká komora fitness, 2012)

6.1 Analýza odvětví fitness v ČR

V České republice neexistuje oficiální registr, který se orientuje na tuto oblast. Proto vznikla Česká komora fitness, jejímž hlavním úkolem je, aby sbírala data a dokázala je předat dál tak, aby se český fitness sektor stal uznávaným odvětvím národního hospodářství. Bude umět prokazovat, rozvíjet a zvyšovat kvalitu poskytovaných služeb.

Česká komora fitness je teprve druhou komorou, která vznikla v Evropě po Belgii. Česká komora fitness by neměla být konkurencí pro své členy, ale právě naopak by měla být komunikačním a statistickým subjektem, který sbírá informace o fitness.

Aktuální údaje získané ze statistického úřadu o provozovnách fitness spadají do sekce R - kulturní, zábavní a rekreační činnost, jak je vymezuje klasifikace ekonomických činností. (czso, 2011) V následné tabulce viz níže je vidět počet aktivních podniků, který se v roce 2010 až tak moc nemění. V roce 2011 v prvním čtvrtletí je spatřen pokles, který má tendenci až do čtvrtého čtvrtletí roku 2011. Průměrný počet zaměstnanců v roce 2010 je na tom lépe než v roce následujícím, tj. 2011. Průměrná měsíční mzda v tomto sektoru má kolísavý trend.

Tyto údaje jsou za celou sekci tedy kulturní, zábavní a rekreační činnost nikoliv pouze za provozování fitness center.

Tab. 1: Vývoj kulturní, zábavní a rekreační činnosti v letech 2010 – 2011 (vlastní zpracování)

	Rok 2010				Rok 2011			
	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí
Prům. počet aktivních podniků	16 455	16 455	16 454	16 454	16 152	16 139	16 115	16 089
Prům. počet zaměstnanců ve fyzických osobách	19 750	19 629	19 227	19 354	19 013	18 908	18 939	18 740
Prům. hrubá měs. mzda na 1 zaměstnance v Kč	18 501	18 933	18 950	19 733	18 655	19 214	19 243	20 224
Celkové tržby v mil. Kč	13 011	13 982	13 966	15 576	12 736	12 108	12 887	15 075

Zdroj: ČSÚ

Podle nezávislých odhadů odborníků z fitness může být v České republice kolem 800 fitness center. Počet instruktorů a trenérů se odhaduje na 15 – 20 tisíc. Avšak k 31. září 2012 český registr fitness eviduje přes 230 členů jak z řad individuálních fitness profesionálů, tak fitness a školicích center. Toto číslo však není úplné a neustále se mění. (Česká komora fitness, 2012)

6.2 Analýza místního trhu

Do této oblasti spadá analýza konkurentů, nově příchozí konkurence, substituty, zákazníky a dodavatele v dané lokalitě, tj. v Brně. Součástí analýzy místního trhu bude i dotazníkové šetření, na jehož základě bude zjištěn možný potenciál či případné zamítnutí tohoto projektu.

6.2.1 PEST analýza

Politicko-právní faktory – politika státu ovlivňuje podnik už v začátcích fungování, a proto je velice nutné znát problematiku v daňových zákonech. Neustálé změny v této oblasti podniku vůbec nepřispívají, spíše mají negativní dopad a celkově tak přispívají k nestabilnímu podnikatelskému prostředí.

V oblasti právní bude řešena problematika týkající se zajištění provozu. Zde je potřeba vyřešit nespočet úkonů, které jsou nezbytně nutné pro provoz. Do této problematiky spadá pracovně-právní vztahy, odpovědnost za škodu, bezpečnost ochrany zdraví při práci, požární ochrana, hygiena, intergram (jedná se o legální způsob mediálního vysílání) a poplatky za hlasový a televizní přijímač.

Ekonomické faktory – faktory, které ovlivňují tuto oblast, jsou spatřovány především v makroekonomických ukazatelích, přístupy k finančním zdrojům a daňové politice státu.

Vývoj makroekonomických ukazatelů v posledních měsících osciluje. Některé jsou pro obyvatelstvo příznivé, jako růst hrubé mzdy, pokles inflace a růst počtu obyvatelstva. Tyto ukazatele budou pro nově zřízený podnik přínosem. Avšak pokles hrubého domácího produktu a od toho odvíjející se at' už průmyslová či stavební výroba není vůbec příznivá. Je velice těžké odhadovat budoucí trend, ale prognózy nám přejí. Teď záleží pouze na vývoji, zda tyto prognózy byly opravdu reálným odhadem.

Statistiky finanční zdrojů plynoucí z bankovního sektoru avizují, že obyvatelstvo začalo více spořit. Je to velice příjemné zjištění, protože si lidé začínají více uvědomovat: „Když na to nemám, tak si to prostě nemůžu dovolit koupit“. Tento trend má pak za následek sni-

žování úrokových sazeb. Ty se v tuto chvíli pohybují na historickém minimu a myslím si, že tento trend není konečný. V konečném důsledku tato tendence přispívá podnikatelskému sektoru, kdy kvůli snižování úrokových sazeb nepřeplatíme tolik z půjčené částky.

Daňová politika státu je jednoznačná, ať už je u moci kterákoliv strana. Zalepuje díry státního rozpočtu pomocí neustálých změn, ať už se jedná o daňové změny, spotřební daně atd.. Od nového roku platí řada zákonů, které ovlivňují podnikatelskou sféru. Mezi tyto zákony patří:

- **daň z přidané hodnoty** – ta se od ledna 2013 zvýšila o jeden procentní bod, a to na 15 a 21%;
- **milionářská daň** – lidé s příjmy nad sto tisíc korun měsíčně budou platit z částky přesahující tuto hodnotu 7% daň;
- **výdajové paušály pro podnikatele** – jedná se především o podnikatele, kteří vedou daňovou evidenci. Tyto paušály budou moci uplatňovat pouze podnikatelé s příjmy maximálně s 2 milióny korun ročně;
- **energie** - snížení elektřiny a plynu v rozmezí od 2 až do 5 %.

Tyto vyjmenované položky zatíží podnik negativním způsobem. Nejen že tyto zákony ovlivní výdajovou stránku podniku, ale výrazně demotivují osoby k podnikání.

Sociální faktory – kvůli neustále se zlepšujícím podmínkám v českém prostředí dochází ke zlepšování životní úrovně obyvatelstva. Tabulky viz níže zobrazují věkové složení obyvatelstva.

Tab. 2: Věkové složení obyvatelstva k 31. prosinci 2011 (vlastní zpracování)

Kraj	Počet obyvatel	Věkové skupiny		
		0 - 14 let	15 - 64 let	65 a více let
Praha	1 241 664	164 659	863 497	213 508
Středočeský	1 279 345	203 393	880 832	195 120
Jihočeský	636 138	93 935	439 059	103 144
Plzeňský	571 709	81 913	394 320	95 476
Karlovarský	303 165	44 616	212 394	46 155
Ústecký	828 026	127 990	577 193	122 843
Liberecký	438 600	67 139	303 874	67 587
Královohradecký	553 856	81 441	377 554	94 861
Pardubický	516 411	77 030	354 670	84 711
Vysočina	511 937	75 331	351 776	84 830
Moravskoslezský	1 230 613	178 888	857 430	194 295
Olomoucký	638 638	92 972	440 747	104 919
Jihomoravský	1 166 313	168 031	803 165	195 117
Zlínský	589 030	83 903	406 257	98 870
Celkem	10 505 445	1 541 241	7 262 768	1 701 436

Zdroj: ČSÚ

Z výsledné tabulky lze konstatovat, že Jihomoravský kraj je na čtvrtém místě v počtu obyvatel, a tedy i potenciálních zákazníků je tu dostatek.

Tab. 3: Složení obyvatelstva podle věkových skupin v tis. osob (vlastní zpracování)

Obyvatelstvo	2008	2009	2010	2011
Celkem	10 468	10 507	10 533	10 505
do 14 let	1 480	1 494	1 518	1 541
15 - 64 let	7 432	7 414	7 379	7 263
65 a více let	1 556	1 599	1 363	1 701
Muži	5 137	5 157	5 169	5 158
do 14 let	760	7 667	779	791
15 - 64 let	3 757	3 750	3 731	3 676
65 a více let	620	641	658	691
Ženy	5 331	5 350	5 364	5 347
do 14 let	720	727	739	750
15 - 64 let	3 675	3 664	3 647	3 587
65 a více let	936	958	978	1 010

Zdroj: ČSÚ

Tabulka č. 3 zobrazuje rozdělení obyvatelstva na muže a ženy. Pro založený podnik, který se bude orientovat na mužskou klientelu je rostoucí tendence mužského pohlaví příjmem zjištěním. Avšak muži v produktivním věku tedy 15 – 64 let stagnují a spíše klesají.

Následující vlivy, které jsou promítnuty v této oblasti sociálních faktorů, jsou tyto:

- **demografický vývoj** – není způsoben jen populačním přírůstkem, ale i přílivem zahraničních osob. Největší zastoupení cizinců v České republice mají Ukrajinci. Celkový počet obyvatel k 31. prosinci 2012 tak činí 10 516 125;
- **životní styl** – lze konstatovat, že aktuální trend je spatřován ve zdravém životním stylu. Tudíž zvyšující se životní úroveň způsobuje, že spotřebitel je náročnější v hodnocení nabízených produktů. A proto námi založený podnik může být v tomto ohledu správnou volbou.

Technologické faktory – stroje v tomto oboru podnikání neprošly výraznou změnou. Jedná se spíše o designové řešení a následně pak materiál, ze kterých bude stroj vyroben. Dnešní doba tedy 21. století je orientováno na informační technologie, a proto propracovanost ať už internetových či komunikačních dovedností musí být zcela precizně zvládnuta.

6.2.2 Porter analýza

Konkurence - v tomto oboru podnikání je mnoho těch, které se specializují na tuto oblast poskytování služeb. Z dostupných internetových zdrojů bylo zjištěno, že Brno i s přilehlými lokalitami má celkem 69 fitness center. Brno samotné jich má 34 a podniků, specializujících se na kruhový trénink pro muže a ženy společně, je ve dvou. Fitness centrum, které je zaměřeno jenom pro muže, není. Zde je potřeba si uvědomit, že kruhový trénink se dá cvičit ve fitness samotných. Zde jsou však spatřovány nevýhoda a to především:

- obsazenost strojů – může docházet k tomu, že na stroje se ve většině případů bude čekat;
- rozmístění – stroje mohou být dál od sebe než u klasického kruhového tréninku a přebíhání mezi stroji není vůbec optimální a navíc tím ztrácí kruhový trénink účinnost.

Mezi největší konkurenty byly zařazeny dvě firmy specializující se na kruhový trénink. Oba tyto podniky se však zaměřují jak na muže, tak i ženy. Jedná se o:

FLASH GYM – sortiment nabízených služeb je velice podobný s námi nabízenými službami avšak s tím rozdílem, že navíc poskytují masáže.

Mezi hlavní výhody lze spatřovat:

- délka působnosti - stálá klientela;
- větší prostory a více strojů.

Otvírací doba je téměř shodná s námi zvolenou. Cena jedné lekce se pohybuje u studentů - 110 Kč a u dospělých - 140 Kč.

BEST GYM – sortiment nabízených služeb u tohoto podniku je více rozmanitý, a proto v tomto je spatřena největší výhoda. Nejen že poskytuje kruhový trénink, ale zaměřuje se na:

- squash a posilovna;
- aerobik a body mind;
- zumba a masáže.

Otvírací doba se od námi zvolené liší. Je to dáno především rozmanitostí nabízených služeb. Cena se pohybuje za lekci u studentů - 120 Kč a u dospělých 150 Kč.

Nově příchozí konkurence – vstoupit do tohoto odvětví není až tak velkým problémem. Bariéry, které by omezovaly vstup do tohoto podnikání, jsou omezeny na minimum. Největší problémy jsou především v získání potřebného kapitálu na počáteční chod podniku a samozřejmě vymyslet cenovou politiku, která by přilákala prvotní zákazníky. Samozřejmě nedílnou součástí je mít potřebnou znalost v oboru a s tím související certifikáty o provozování činnosti.

Substituty – oblast substitutů je velice rozmanitá a lze konstatovat, že veškerá sportovní činnost, která je nabízena a provozována v Brně, je chápána jako konkurence. Rozsah těchto služeb je nedozírný a jedná se především o podniky, které se specializují, např. klasické fitness, plavání, kondiční kickbox, indoorcycling, fotbal, hokej, horolezecké stěny, atd..

Dodavatelé – u každého projektu je potřeba vyřešit dodavatelskou část, ať už v případě jednorázové či dlouhodobější spolupráce.

- jednorázové spolupráce - vyhotovení prostor a vybavení;
- dlouhodobá spolupráce - oběžný majetek, např. nákup nápojů atd..

Samozřejmě než je vybrán dodavatel se řeší kritéria, které následně ovlivní výběr. Hlavním kritériem je samozřejmě cena, kvalita, spolehlivost a dodací podmínky. To vše hraje důležitou roli při výběru potenciálního dodavatele.

Potenciální dodavatelé k možné spolupráci, kteří budou řešit:

- prostory – na úpravu prostor byly zvoleny dvě firmy, ze kterých byla následně vybrána jedna.
 - *alfa vertical*;
 - *g-vest*.

Po úvaze byla vybrána firma *g-vest*, protože funguje na trhu více jak patnáct let. Disponuje dostatečnými zkušenostmi, a to při výběru hrálo obrovskou roli.

- nátěry a malba - pokud bude potřeba, zajistí firma *interMalb*.
- stroje – pro výběr posilovacích strojů byly zvoleny čtyři firmy.
 - *grünspport*;
 - *stanmark*;
 - *fitham*;
 - *insportline*.

Po zhodnocení těchto firem jsem se rozhodl pro firmu *Grünspport*, protože tento podnik existuje na trhu více jak 20 let a jejich služeb využívá nespočet reprezentantů, ať už se jedná o atlety, fotbalisty či hokejisty. Jejich nabídka na internetových stránkách je na velice kvalitní úrovni, a to také hrálo obrovskou roli při výběru. Dále nabízí kompletní poradenství při výběru vhodných posilovacích strojů a zajišťuje transport a montáž strojů.

U dlouhodobější spolupráce jsou zvoleny dodavatelé přes internet, a to tyto:

- fitness-produkty;
- fitness-brno;
- fitness;
- f-sport.

Zákazníci - jelikož podnik poskytuje služby ve sportovní činnosti, a to kruhový trénink zaměřený pro muže, tak nejnižší možná hranice pro cvičení je patnáct let, avšak pokud je osoba mladší patnácti let, je mu vstup povolen pouze v doprovodu osoby starší osmnácti let. Tato osoba pak přebírá plně zodpovědnost za bezpečí nezletilého cvičence. Nejvyšší věková hranice není stanovena a záleží pouze na zdraví člověka, do jakého věku bude cvičit.

Údaje, které byly získány k analýze stavu věkové kategorie mužů, byly čerpány z Českého statistického úřadu. Z výsledné tabulky lze konstatovat, že počet narozených dětí ve městě Brno klesá. Tudíž i budoucích zákazníků může ubývat. Celkový počet mužů však roste, a to je dáno především přistěhovalci z jiných zemí. Samozřejmě je potřeba si uvědomit, že v této tabulce nefigurují studenti, kteří budou hrát obrovskou roli v potenciálních zákaznících.

*Tab. 4: Věkové složení mužů v Brně v letech 2008 – 2011
(vlastní zpracování)*

Věková skupina	Rok			
	2008	2009	2010	2011
0	2 279	2 269	2 259	2 252
1-4	7 465	7 843	8 094	8 784
5-9	7 283	7 520	7 833	8 431
10-14	6 991	6 741	6 598	6 966
15-19	10 044	9 573	8 922	8 303
20-24	12 575	12 368	11 957	11 625
25-29	15 019	14 901	14 727	14 663
30-34	17 675	17 642	17 363	16 953
35-39	13 447	14 552	15 574	16 716
40-44	12 202	11 872	11 813	12 404
45-49	11 202	11 673	11 841	12 305
50-54	12 534	12 038	11 511	11 270
55-59	12 204	12 282	12 333	12 634
60-64	11 604	11 299	11 350	11 331
65-69	8 965	9 582	9 651	10 513
70-74	5 868	5 986	6 285	6 806
75-79	5 023	4 872	4 835	4 851
80-84	3 429	3 510	3 602	3 666
85-89	1 518	1 622	1 666	1 805
90-94	204	236	307	395
95+	57	48	46	60
Celkem	177 588	178 429	178 567	182 733

Zdroj: ČSÚ

6.2.3 Místo podnikání

Místo podnikání bylo zvoleno ve dvou lokalitách, ze kterých bude vybrána optimální varianta pro provozování podnikatelské činnosti.

Varianty, které připadaly v úvahu, byly tyto:

- *AZ TOWER, a.s., Purkyňova 35e; Brno*

Jedná se o exkluzivní kanceláře, apartmány a obchody. Tato budova je moderní, ekologická a ekonomicky úsporná, která bude po dokončení nejvyšší budovou v České republice. Tato lokalita je již dnes nazývaná brněnský Manhattan. Lze říci, že je ideálním místem pro zahájení podnikatelské činnosti. V úvahu byly brány tyto aspekty:

- prostory – jsou řešeny formou koupě nikoli jako pronájem. Optimální velikost by musela být o rozloze od 130 do 170 m². Tomu odpovídá obchod ve druhém patře o rozloze 147,5 m² s cenou 7 375 000 Kč bez DPH;
- financování – tyto prostory by musely být řešeny formou financování jako podnikatelský úvěr s vlastními zdroji ve výši 20 % a takový kapitál není možný ze strany majitele.

- *Palackého třída 515/85; Brno*

Jedná se o prostory v obchodním domě, kdy celková plocha je 140 m² v prvním patře. V obchodních prostorách je nová vzduchotechnika, klimatizace a elektroinstalace. Prostory jsou ihned k dispozici a byly by řešeny formou pronájmu, a to ve výši 21 500 Kč měsíčně a k tomu platba záloh za elektřinu a služby související ve výši 10 500 Kč.

Po zhodnocení obou variant připadá v úvahu druhá možnost, protože:

- nebude potřeba velký finanční obnos pro zahájení podnikatelské činnosti oproti první variantě;
- prostory podobné – tyto prostory jsou nově rekonstruované, a proto zde nebude potřeba provádět výrazné stavební úpravy. Sice jsou o necelých 8 m² menší, ale to při výběru nehrálo výraznou roli.

Po výběru odpovídajících prostor je uzavřena s pronajímatelem nájemní smlouva, která nabývá účinnosti k 1. únoru 2013 a od tohoto data se platí veškeré platby dle nájemní smlouvy.

6.3 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je určitý druh výzkumu, který nám napoví, zda daný projekt má svou poptávku po těchto nabízených službách nebo právě naopak nikoli. Data budou získány

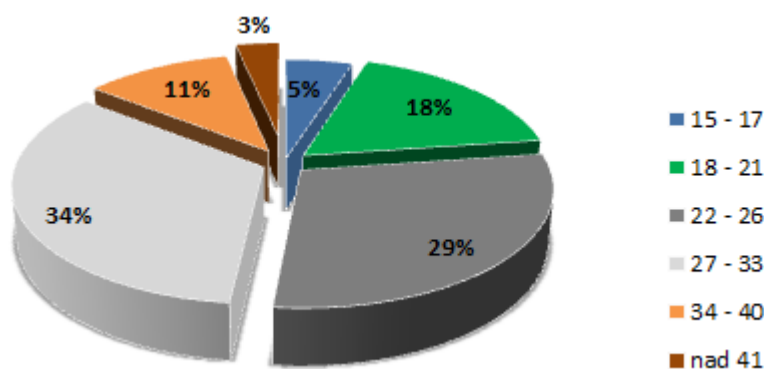
pomocí dotazníků, které budou následně sloužit k zhodnocení a dokreslení situací na trhu. Dotazník je přílohou č. P I.

Dotazníkové šetření je zaměřeno na cílový trh města Brno. Toto šetření bylo uskutečněno od 1. března do 27. března 2013, kdy dotazník byl vyplněn na internetových stránkách na vyplňto.cz a pro jejich distribuci byl použit internetový portál Facebook. Dotazníkem byli osloveni studenti a obyvatelé tohoto velkoměsta. Dotazník obsahoval osm otázek, ze kterých dvě byly podotázky. Po uplynutí doby, po kterou byl dotazník na internetových stránkách, jsme získali pro potřeby diplomové práce řádný vzorek, a to 180 respondentů tj. mužů.

6.3.1 Vyhodnocení dotazníku

- První otázka byla úvodní a týkala se věku respondentů.

Největší podíl byl zastoupen ve věku 27 – 33 let s počtem 61 respondentů, 22 – 26 let s počtem 52, 18 – 21 let s počtem 32, 34 – 40 let s počtem 20, 15 – 17 let s počtem 9 a nad 41 let to bylo 6 respondentů.



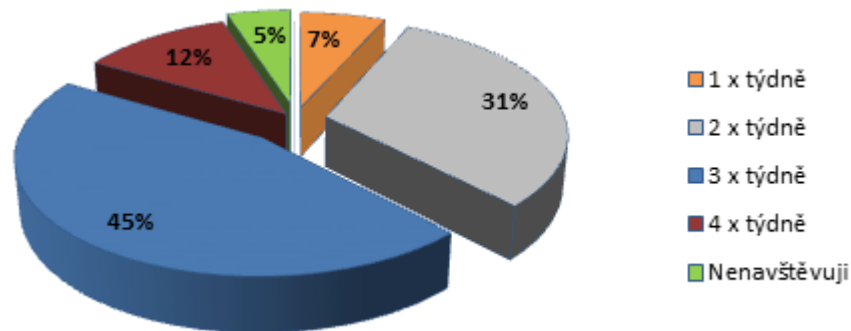
Obr. 1: Podíl dotazovaných respondentů dle věkové kategorie (vlastní zpracování)

- Druhá otázka se týkala návštěvnosti fitness centra a pomocí šetření bylo zjištěno, že téměř polovina respondentů chodí do fitness 3 x týdně. Nejméně zvolenou odpovědí byla otázka „Jiné“. Zde nebyla zaznamenána žádná odpověď.

Odpověď:

- „3 x týdně“ zvolilo 82 dotázaných;
- „2 x týdně“ zvolilo 56 dotázaných;
- „4 x týdně“ zvolilo 21 dotázaných;

- „1 x týdně“ zvolilo 12 dotázaných;
- „Nenavštěvuji“, zvolilo 9 dotázaných;



Obr. 2: Podíl respondentů dle jejich návštěvnosti ve fitness centrech (vlastní zpracování)

- Předmětem třetí otázky byla spokojenost nabízených služeb.

Odpověď:

- „Ano“ zvolilo 102 dotázaných;
- „Ne“ zvolilo 78 dotázaných.

Na tuto otázku pak navazovala podotázka, kdy ti respondenti co zvolili odpověď „Ne“, byli dotazováni, co nového či jiného by uvítali.

Nejčastější odpovědi:

- „Více podniků se zaměřením na tuto oblast“ zvolilo 49 dotázaných;
 - „Více fitness bez zaměření na kruhový trénink“ zvolilo 23 dotázaných;
 - Zbylá část tedy 5 dotazovaných hodnotila „poměr cena a kvalita“.
- U otázky číslo čtyři bylo zjišťováno, zda respondenti vědí, co je to kruhový trénink.

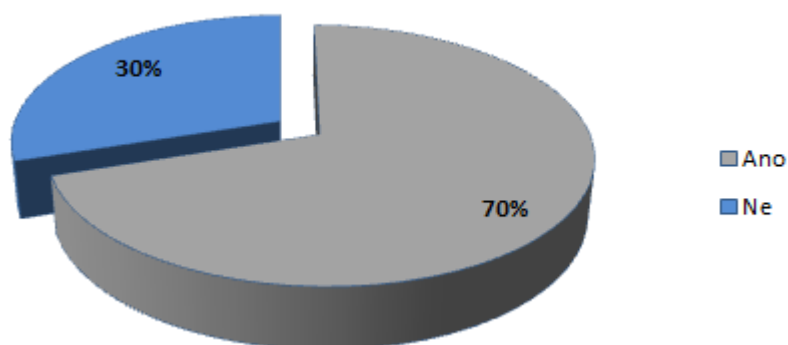
Odpověď:

- „Ano“ zvolilo 133 dotazovaných;
- „Ne“ zvolilo 47 dotazovaných.

- Předmětem páté otázky bylo zjištění, zda by uvítali v Brně tento podnik, který bude zaměřen na tuto oblast.

Odpověď:

- „Ano“ zvolilo 126 dotazovaných;
- „Ne“ zvolilo 54 dotazovaných.

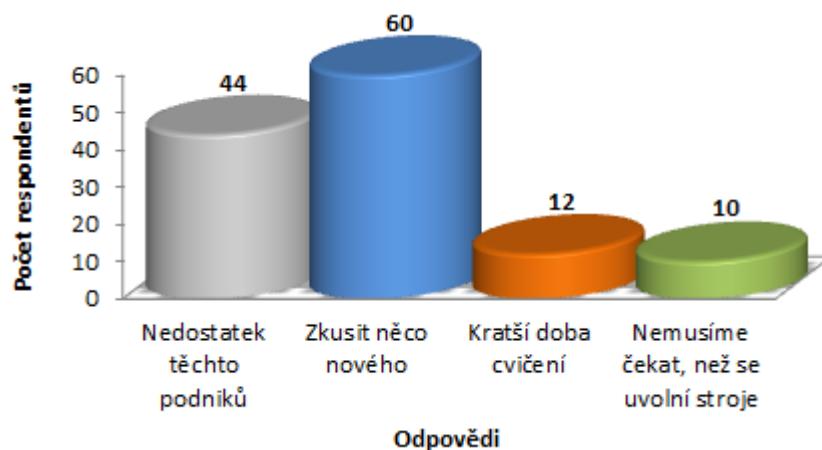


Obr. 3: Podíl odpovědí respondentů na otázku, zda by uvítali fitness centrum zaměřené na tuto oblast (vlastní zpracování)

Na tuto otázku pak navazovala podotázka, kdy ti respondenti co zvolili odpověď „Ano“, byli dotazováni, co je předmětem jejich zájmu o tento nový podnik.

Odpověď:

- „Zkusit něco nového“ zvolilo 60 dotázaných;
- „Nedostatek těchto podniků“ zvolilo 44 dotázaných;
- „Kratší doba cvičení“ zvolilo 12 dotázaných;
- „Nemusíme čekat, než se uvolní stroje“ zvolilo 10 dotázaných;
- „Jiné“ nezvolil žádný dotázaný.



Obr. 4: Předmět zájmu respondentů o nový podnik (vlastní zpracování)

- U šesté otázky bylo zjištěno, jak hodnotí respondenti současné ceny.

Odpověď:

- „Přiměřené“ zvolilo 100 dotazovaných;
- „Vysoké“ zvolilo 80 dotazovaných;
- „Nízké“ nezvolil ani jeden dotazovaný.

6.3.2 Závěrečná hodnocení

Ze získaných a následně zpracovaných informací dotazníkového šetření vyplývá, že o tento podnik mají potenciální zákazníci zájem. Tedy je zde předpoklad nejen prvotních zákazníků, ale i příjmů.

Ze získaných informací plyne, že 95 % respondentů navštěvuje fitness centrum. Z toho více jak 88 % navštěvuje fitness alespoň jednou. Největší zastoupení v počtu návštěv do posilovny je třikrát týdně, a to v počtu osmdesáti dvou lidí. Dále lze zmínit, že více jak 43 % oslovených není spokojeno s nabídkou služeb. Největší zastoupení, a to čtyřicet devět mužů, by uvítalo podnik, který by se právě na tuto oblast specializoval.

V dotazníku byla zmíněna také otázka, zda by muži uvítali právě tento podnik. Bylo zjištěno, že ze sto osmdesáti dotazovaných odpovědělo sto dvacet šest lidí, tj. 70 % proto, aby tento podnik v Brně byl založen. Důvod jejich zájmu bylo vysvětlení, že by chtěli vyzkoušet něco nového a dále pak, že těchto podniků není v této lokalitě dostatek. Dále v dotazníkovém šetření nemohla chybět otázka týkající se hodnocení cen v těchto nabízených službách. Více jak 55 % hodnotilo ceny jako přiměřené, zbytek jako ceny vysoké.

7 ZHODNOCENÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI

V analytické části bylo analyzováno prostředí, na kterém se zakládalo při realizaci projektové části. Cílem bylo zjistit, zda projekt založení podniku v oblasti fitness center má úspěch stát se nejen stabilním a konkurenceschopným, ale i stabilně dosahovat ziskovosti.

Pro získání potřebných informací byla provedena analýza odvětví a trhu. Do analýzy trhu spadá PEST a Porter analýza a dotazníkové šetření. Úmyslem těchto analýz bylo zjistit, zda o tuto službu bude dostatečný zájem.

Cílem analýzy odvětví bylo zjistit statistické údaje v této oblasti. Bylo zjištěno, že neexistuje oficiální registr, který by sbíral data a přispíval by tak k tomuto odvětví. Proto v minulém roce vznikla Česká komora fitness, která se stala statistickým subjektem.

PEST analýza rozebrala jednotlivé faktory, které ovlivňují podnik ať už negativně či pozitivně. Pomocí této analýzy bylo zjištěno, že nejvíce působí na daný podnik ekonomické okolí, a dále pak sociální s politicko-právním a naposled technologické okolí.

Pomocí Porter analýzy bylo zjištěno nejen konkurenční prostředí, ale i nově přichozí konkurenti, substituty, dodavatelé a zákazníci. Z výsledné analýzy bylo pozitivním zjištěním, že neexistuje podnik, který by se specializoval pouze na muže.

V poslední části byla provedena analýza místa podnikání a dotazníkové šetření, které podpořilo úvahu o založení tohoto podniku v této lokalitě.

8 PROJEKTOVÁ ČÁST

U každého projektu je dobré se zamyslet nad tím, co vytvářet a co je k tomu potřeba, kde tyto služby budou nabízeny a za jakou cenu. S těmito otázkami souvisí stanovení poslání, vize podniku a stanovení cílů, které budou pak jakýmsi měřítkem úspěchu daného projektu.

Poslání podniku - vytvoření podniku v oblasti fitness, které bude uspokojovat zákazníky pomocí služeb a zvyšovat tak lukrativnost těchto nabízených úsluh.

Vize podniku - je obraz budoucnosti. Tedy otevření více fitness se zaměřením na tuto oblast nejen po celém Brně, ale i po celé České republice, a aby muži věděli, že právě toto fitness bude to pravé pro ně.

Krátkodobé cíle - budou spatřovány především v proniknutí na trh a udržení se. Získání si určité klientely a dostat do podvědomí zákazníků podnik s těmito nabízenými službami.

Dlouhodobé cíle - budou viděny v dosažení zisku, dobrého jména podniku na základě poskytovaných služeb, ke kterým výraznou měrou přispěje kvalitní personál.

Strategický cíl - bude orientován na reklamní a marketingovou činnost tak, aby zákazníci vnímali fitness jako velice přínosné a kvalitní. Tady je potřeba si uvědomit, že do fitness nechodí jenom mladí lidé, ale i mnohem starší a tak bude potřeba připravit naše služby tak, aby vyhovovaly obou stranám, a tím pádem, aby se značka tohoto fitness dostala do podvědomí co nejširší věkové kategorie mužů.

8.1 Harmonogram činností

Tabulka viz níže zobrazuje přehled činností a jejich dobu trvání, které jsou nutné zajistit, aby podnik fungoval se všemi právními náležitostmi. Nejdelší doba trvání je především ve stavebních úpravách, zařízení vybavení a zajištění personálu.

Tab. 5: Harmonogram činností založení podniku (vlastní zpracování)

Popis činnosti	Lhůta	Termín
Založení podniku - Fitness centrum MH		10. leden 2013
Studium právních předpisů a příprava dokumentace	1 den	
Sepsání zakladatelské listiny u notáře, ověření podpisů a listin	1 den	
Složení základního kapitálu na účet podniku	2 dny	
Obstarání dokumentů a ohlášení živnosti	2 dny	
Založení bankovního účtu	1 hodina	
Podání návrhu na zápis do obchodního rejstříku	17 dnů	
Pořízení výpisu z živnostenského rejstříku	12 dnů	27. únor 2013
Vznik společnosti		27. únor 2013
Registrace u příslušného finančního úřadu	1 den	
Registrace u správy sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovny	1 den	
Sepsání nájemní smlouvy na podnikové prostory	1 hodina	
Stavební úpravy prostor, pořízení majetkového vybavení	31 dnů	
Propagace - webové stránky	5 dnů	
Zajištění personálu	25 dnů	
Zahájení činnosti		1. květen 2013

8.1.1 Nezbytné výdaje k založení podnikání

Tab. 6: Výdaje k založení podnikatelské činnosti (vlastní zpracování)

Úkon	Cena v Kč
Sepsání zakladatelské listiny u notáře	3 200
Ověření podpisů a listin	2 000
Výpis z rejstříku trestů a z katastru nemovitostí	250
Ohlášení živností	1 200
Bankovní poplatky za účet pro složení základního kapitálu	500
Návrh za prvozápis do obchodního rejstříku	5 000
Výpis z obchodního rejstříku	140
Výpis z živnostenského rejstříku	200
Celkem	12 490

Z výsledné tabulky lze vidět jednotlivé úkony a k tomu částky, které jsou nutné k založení podnikání. Celkové náklady činí 12 490 Kč.

8.2 Založení podniku

8.2.1 Sepsání zakladatelské listiny

Podnik bude založen pouze jednou osobou, a to mnou, Martin Hošek. Bude sepsána formou notářského zápisu a podepsána. Sepsáním této zakladatelské listiny a stvrzení podpisem je podnik s ručeným omezeným v danou chvíli založena.

Zakladatelská listina obsahuje předepsané náležitosti, avšak úplné znění je v příloze č. P II. Zde jen část, a to:

- název podniku: Fitness centrum MH;
- sídlo podniku: Palackého třída 515/85, 612 00 Brno;
- předmět podnikání: provoz fitness centra – kruhový trénink pro muže;
- společníci: jediným společníkem podniku je Martin Hošek, narozen 12. března 1988, se sídlem Zvole 25, 789 01 Zábřeh na Moravě;
- základní kapitál: tvoří vklad jediného společníka ve výši 500 000 Kč;
- valná hromada: zakladatel podniku - Martin Hošek;
- jednatel: zakladatel podniku - Martin Hošek.

8.2.2 Složení základního kapitálu

Dle zakladatelské listiny bude vklad složen na nově zřízený účet u České spořitelny ke dni 10. ledna 2013. Splacením tohoto vkladu bude složena celková část základního kapitálu. Zde je potřeba nezapomenout předložit zakladatelskou listinu bance. Ta vydá na pokyn podniku potvrzení o splacení celé výše základního kapitálu. Toto potvrzení pak bude sloužit jako příloha k návrhu na zápis do obchodního rejstříku.

8.2.3 Získání živnostenského oprávnění

Živnostenského oprávnění bude na příslušném živnostenském úřadu, kde bude vyplněn Jednotný registrační formulář. Ten je uveden v příloze č. P III. V průběhu si živnostenský úřad následně sám opatří výpis rejstříku trestů a bude vyžadovat existující notářský zápis o založení podniku. Součástí Jednotného registračního formuláře je i přihláška k daňové registraci pro poplatníka daně z příjmů, jak pro fyzické, tak i právnické osoby.

Na základě provozování fitness centra bude potřeba splnit příslušnou odbornou kvalifikaci. Tu však zakladatel nesplňuje, a je tedy potřeba toto osvědčení získat. Toto osvědčení bude

získáno formou rekvalifikačního kurzu v této oblasti. Tím pádem je splněna živnost vázaná, které je nutná k podnikání. Nedílnou součástí fitness centra bude i prodej nápojů, a proto musí být splněna i živnost volná.

8.2.4 Zápis podniku do obchodního rejstříku

Návrh na zápis do obchodního rejstříku podává jediná osoba zakládající tento podnik s úředně ověřeným podpisem u rejstříkového soudu v Brně. Tento dokument je podán prostřednictvím předtištěného formuláře, jehož část je v příloze č. P IV. Pokud byly splněny všechny náležitosti dané zákonem, pak tento soud provede zápis do obchodního rejstříku a tímto okamžikem vzniká podnik s ručením omezeným.

8.3 Předmět podnikání

Služba, která bude poskytována ve fitness, bude zaměřena na kruhový trénink pro muže. Lekce kruhového tréninku je stanovena na dobu čtyřiceti minut s maximální kapacitou sedmi osob. Tedy denní kapacita je sto pět osob a tento trénink je stanoven třikrát týdně. Na cvičení bude dohlížet proškolený personál.

Kruhový trénink je cvičení, kdy jedinec nebo celá skupina cvičí na různé svalové partie. Trenér určí skupinu cviků, při kterém se procvičí celá partie těla, a následně se tyto cviky provádějí v rychlém sledu za sebou.

Principem tohoto cvičení je maximální krevní cirkulace po celém těle. Je to dáno tím, že se přechází ze cviku jedné partie na cvik jiné svalové partie a běžně se jedná o pět až šest stanovišť. Ty se projdou bez odpočinku, a přestávka je až po ukončení sekvence. Tento systém vychází z principu prohnat co nejvíce krve svalovými partiemi, což je zásadní rozdíl od zcela převažujícího systému (flushing) – tedy napumpovat do svalů pomocí postupného zatěžování co nejvíce krve a tím pádem sval maximálně prokrvit. Toto cvičení má své výhody v průběžném odplavování únavových látek, ve vysoké intenzitě tréninku a v počtu sérii, které lze za krátkou dobu procvičit. Mezi cviky se musí vkládat co nejkratší pauzy a přechod mezi jednotlivými stanovišti musí být co nejrychlejší.

Kruhový trénink není užitečný jen pro sportovce, kteří se vracejí po delší době k intenzivnímu a pravidelnému tréninku a chtějí co nejrychleji obnovit svoji kondici, ale i pro začátečníky, starší sportovce a mladistvé.

8.4 Charakteristika místa podnikání

Místo podnikání se nachází na Palackého třídě 515/85 v Brně v blízkosti tramvajových zastávek Semilasso a v blízkém okolí jsou:

- markety - Ahold, Lidl, Billa a Kaufland;
- gymnázium a základní školy;
- koleje;
- fakulta informačních technologií s knihovnou.

Největší místnost bude o rozloze 92 m² a bude sloužit k posilování. Nebude vybavena žádným nábytkem, ale pouze posilovacími stroji a aparaturou k ozvučení posilovny. Součástí bude bar, kde si každý bude moci občerstvit. Největší místnost bude oddělena přepážkou od ostatních místností, které jsou určeny pro pánské šatny, sprchy se sociálním zařízením a místností pro personál o celkové rozloze 48 m². Tyto prostory bude nutno upravit.

8.5 Materiálové vybavení

Zde jsou rozepsány jednotlivé položky, které jsou nutné zajistit pro provoz fitness centra. Jedná se především:

Úprava interiéru s vyhotovením baru

Tato část úprav byla řešena s projektovým inženýrem, který na základě náčrtu prostor stanovil cenovou nabídku. Nebyly zde opomenuty ani normy o vyhotovení prostor. Úpravy se týkaly pánské šatny se sprchami a sociálním zařízením, kanceláří a s vybudováním baru. Zde je podrobný rozpis jednotlivých položek.

- zed'

Tab. 7: Rozpočet pro vyhotovení zdí (vlastní zpracování)

Materiál	m ²	Cena za m ²	Celkem
YTONG	35	320	11 200
Omítka	64	350	22 400
Obklady do (1,8 m)	38	900	34 200
Celkem			67 800

• <i>dlažba</i>	37 050 Kč
Bude potřeba vydláždít 39 m ² v ceně 950/m ² .	
• <i>úpravy stavební</i>	15 000 Kč
• <i>odpady a kanály</i>	25 000 Kč
• <i>elektroinstalace se světly</i>	30 000 Kč
• <i>topení</i>	30 000 Kč
• <i>dveře – 7 ks</i>	16 500 Kč
• <i>bar</i>	57 025 Kč

Celková částka úprav interiéru činí 336 834 s DPH. Největší položku tvoří vyhotovení zdí, které budou oddělovat posilovací prostory od zbylé části. Nemalá částka bude vynaložena na vybudování baru.

Ostatní materiálové vybavení je detailně rozepsáno v příloze č. P VI.

8.6 Personální zabezpečení

Provozování fitness centra bude zajištěno majitelem, trenérem a recepční. Trenér bude vybrán ve výběrovém řízení a bude muset prokázat své schopnosti, znalosti a dovednosti v této oblasti poskytování služeb. Kandidát nebude vybírán nejen podle doporučení, ale i podle svých zkušeností z této oblasti.

Nejprve však majitel bude muset podstoupit rekvalifikační kurz, aby následně v této oblasti mohl podnikat. Cena kurzu činí 11 616 Kč a tento kurz bude probíhat v Brně. Začátek proběhne 8. ledna 2013 a doba ukončení 22. února 2013. Majitel podniku bude následně řešit:

- provozní oblast – mezi tuto oblast spadá zodpovědnost za veškerou údržbu fitness centra, plánování a řízení nákladů, kontrola webových stránek;
- obchodní oblast – řešení vztahů nejen se zákazníky, ale i s dodavateli;
- správce fitness centra – řešení technických problémů při provozu fitness centra (nejen že se jedná o pravidelnou údržbu posilovacích strojů, ale i kontrolu sprch, topení atd.);
- trenérská oblast – předcvičování a vysvětlování případných dotazů;
- úklid – nebude řešen externí firmou.

Celkem tedy v podniku budou zaměstnány 3 osoby včetně majitele.

Pracovní den bude rozvržen na dvě směny:

- pondělí – pátek (1. směna 08:45 – 16:00, 2. směna 16:00 – 21:00);
- sobota (1. směna 09:45 – 16:00, 2. směna 16:00 – 20:00);
- neděle (13:45 – 21:00).

Tento rozpis směn není finální a bude se především odvíjet od zájmu zákazníků. Mimo jiné všichni zaměstnanci musí splňovat trestní bezúhonnost, zdravotní způsobilost a způsobilost k právním úkonům.

Následující tabulka zobrazuje přehled měsíčních nákladů na zaměstnance.

Tab. 8: Měsíční náklady na zaměstnance (vlastní zpracování)

	Počet	Hrubá mzda	ZP (9 %)	SP (25 %)	Na osobu
Majitel	1	20 000	1 800	5 000	26 800
Trenér	1	19 000	1 710	4 750	25 460
Recepční	1	7 500	675	1 875	10 050
Celkem					62 310

8.7 Marketing

Marketing je proces, jehož cílem je, aby ať už výrobek nebo služba byly uvedeny na trh za přijatelnou cenu a ve vhodném čase.

Z výsledků šetření vychází, že pokud je zákazník nespokojen, tak to řekne více lidem, než když je s danou službou spokojen. A z tohoto zjištění je potřeba vycházet. Naše fitness centrum musí být nastaveno tak, aby každý zákazník, který sem přijde, byl spokojen a nedocházelo k tomu, že informuje přátele s negativním dopadem na naše fitness centrum. Bude nastaveno tak, aby vyhovovalo všem věkovým kategoriím a samozřejmě i v patřičné cenové relaci.

8.7.1 Marketingový cíl

Jelikož je firma nováčkem na trhu, tak je velice důležité zmínit tyto tři oblasti marketingové cíle. Jedná se především, aby:

- zákazníci získali podvědomí o značce;
- přilákat určitý počet tohoto segmentu a udržet si ho;
- pokrýt provozní náklady podniku.

8.7.2 Marketingový mix

Marketingový mix zajišťuje splnění cílů, které byly staveny v kapitole viz výše. Jedná se o zpracování podnikové strategie, tak aby si podnik promyslel jednotlivé části, které jsou nutné v této oblasti vyřešit.

Místo – místo podnikání bylo zvoleno na základě průzkumu a je blíže specifikováno v kapitole viz výše.

Služba – předmětem podnikání je poskytování služby v oblasti činnosti fitness center blíže popsané v kapitole viz výše.

Cena – cena nabízených služeb byla zjištěna na základě průzkumu okolních fitness a na základě daného průzkumu byla stanovena tak, aby vyhovovala všem věkovým kategoriím.

Propagace – jedná se o důležitý prvek marketingového mixu. Každý podnik si musí velice dobře promyslet, jakou propagaci zvolí k informovanosti. Protože jak je známo, náklady na tuto oblast nejsou levnou záležitostí a pokud se stane, že není dobře nastavena, může dojít nejen ke špatné informovanosti potenciálních zákazníků, ale i ke zbytečným výdajům, které byly na tuto investici vynaloženy. Jako nejlepší varianta propagace je:

Internet

- webové stránky – jsou nedílnou součástí každého podniku. Poskytují informace nejen co, kde, kdy a za jakou cenu, ale utváří obraz daného podniku;
- facebook - počítače a 21. století patří neodmyslitelně k sobě a proto registrace na tomto portálu je nutností.

S vyhotovením stránek nám pomůže dlouholetý kamarád zcela zdarma.

Letáky – na vyhotovení letáků bude podnik spolupracovat s dlouholetým kolegou, který se zabývá designem. Následně pak tyto letáky budou vylepovány po městě Brně. Předpokládá se vytisknout okolo tří set kusů.

Rádio - je dobře zvoleným propagačním prostředkem, protože v danou chvíli dokáže oslovit mnoho respondentů. V této oblasti bude propagovat služby „Free Radio.“

Razítka – budou vystaveny dvě razítka externí firmou s názvem podniku.

Vizitky – vizitky budou vytvořeny externí firmou a bude vytištěno pět set kusů.

Označení prostor vývěskou s názvem podniku – vyhotovení a následná montáž bude zadána externí firmě. Podnik si design navrhne sám.

8.7.3 Marketingové náklady

Do marketingových nákladů jsou započítány:

• webové stránky a letáky	zdarma
• rádio	7 107 Kč
• razítka	242 Kč
• vizitky	500 Kč
• označení prostor vývěskou	4 528 Kč
• poplatek za internetové stránky (hosting)	1 200 Kč

Celkové náklady na marketing budou činit 13 577 Kč.

8.8 Zakladatelský rozpočet

Zakladatelský rozpočet specifikuje finanční prostředky, které budou nutné k zahájení podnikatelské činnosti.

8.8.1 Přehled položek

V tabulce viz níže jsou položky, které jsou potřebné na chod podniku před zahájením podnikatelské činnosti. Největší položku ze strany majetku tvoří stavební úpravy, dlouhodobý hmotný majetek a drobný hmotný majetek. Sice jde o jednorázovou investici v této oblasti, ale předpoklad je takový, že pokud bude o tento podnik zájem, bude potřeba dokoupit po určitém časovém horizontu další vybavení, tj. stroje.

Tab. 9: Přehled výdajů nutný k zajištění podnikání (vlastní zpracování)

Položky	Cena v Kč
Posilovací stroje	397 310
Nábytek	76 854
Počítač	21 151
Drobný majetek	95 102
Stavební úpravy	336 834
Výdaje na zřízení podniku	12 490
Marketingové náklady	13 577
Oběžná aktiva	4 580
Ostatní provozní zajištění	13 818
Nájem a platba záloh	96 000
Kurz	11 616
Poplatky za vyřízení úvěru + správa	10 300
Celkem	1 089 632

Ostatní provozní zajištění zahrnuje měsíční platby za internet, telefon a svoz odpadů. Čtvrtletně jsou řešeny výdaje na nákup režijního materiálu, jako jsou propisky, případně vytištění dalších vizitek a jiné. OSA je stanovena na základě odhadnutých hrubých příjmů vysílatelem ročně. Řešeno je to tímto způsobem, protože je smlouva uzavírána poprvé. Částka se také odvíjí od rozsahu vysílání, způsobu užití repertoáru OSA a pokrytí vysílání.

- internet (podnik NETBOX) 350 Kč
- telefon (operátor T-mobile) 580 Kč
- odpady + popelnice 2 140 Kč
- režijní materiál 500 Kč
- OSA 10 248 Kč

Tabulka viz níže zobrazuje majetek a jeho hodnotu odpisů jak v prvním, tak i v následujícím roce. Pro odepisování zřizovacích výdajů bylo zvoleno období 60 měsíců a u dlouhodobého hmotného majetku se bude odepisovat tři roky (počítač a posilovací stroje) a pět let (stavební úpravy a nábytek).

Tab. 10: Výpočet odpisů (vlastní zpracování)

Majetek	Odpis v 1. roce	Odpis v následujícím období
Posilovací stroje	132 437	132 437
Stavební úpravy + vyhotovení baru	67 367	67 367
Nábytek	15 371	15 371
Počítač	7 051	7 051
Zřizovací výdaje	25 994	25 994
Celkem	248 220	248 220

8.8.2 Zdroje krytí

- vlastní prostředky – jsou tvořeny částkou ve výši 500 000 Kč;
- cizí prostředky – jsou řešeny formou investičního úvěru od České spořitelny a jeho výše je 1,5 miliónu Kč. Jde o produkt Investiční úvěr 5 PLUS a je zaměřen pro podnikatele a malé firmy, které teprve s podnikáním začínají a nemají tak daňově uzavřeno ani jedno 12-ti měsíční období. Úvěr je sjednán na 5-ti leté období s roční úrokovou mírou 11,61 % a měsíční splátkou 34 341 Kč. Za zřízení úvěru si banka nárokuje poplatek 10 000 Kč a měsíční poplatek za správu úvěru 300 Kč. Úvěr bude splácen ke dni zahájení podnikatelské činnosti. Následná tabulka zobrazuje umoření úvěru.

Tab. 11: Umoření úvěru (vlastní zpracování)

Období	Anuita	Úrok	Úmor	Výše úvěru
Zahájení				1 500 000
1	412 092	174 136	237 956	1 262 044
2	412 092	146 511	265 581	996 463
3	412 092	115 680	296 412	700 051
4	412 092	81 269	330 823	369 228
5	412 092	42 864	369 228	0

8.8.3 Tržby

Plán tržeb se odvíjí od mnoha proměnných, které výrazně ovlivňují jednotlivé příjmy v měsících. Mezi tyto proměnné patří:

- koeficient sezónnosti – tento koeficient je v jednotlivých měsících stanoven na základě předvídatelných událostí. Tímto je myšleno pěkné počasí, odliv studentů přes

prázdniny, dovolené (tuzemsko nebo zahraničí) a svátky (státní, vánoční). Proto jsou jednotlivé koeficienty stanoveny v jednotlivých měsících odlišně;

- koeficient nárůstu po zahájení – je stanoven v prvním měsíci podnikání na 10 % s následným růstem, který se zastaví v prvním roce podnikání na 60-ti %;
- počet osob na měsíc dle tréninkového plánu – tento měsíční maximální počet je stanoven tak, že denní maximální kapacita je 7 osob na jednu lekci. Za den se zvládne odevičit 15 lekcí, tj. 105 osob. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že nejvíce osob chodí do posilovny 3x týdně, a proto na tomto bylo stavěno při výpočtu průměrné měsíční návštěvy. Ta byla stanovena sečtením dnů v měsíci při odečtení svátků a dovolených, tj. 350 dnů. Tato hodnota byla podělena počtem dnů v týdnu a tím bylo vypočteno, kolik je týdnů v roce. Následně tato hodnota byla vynásobena na třemi a tím bylo zjištěno, kolikrát průměrně přijde zákazník za rok do fitness centra. Poté tato hodnota byla vydělena počtem měsíců, tj. 12-ti a výsledek, který vyšel, je 12,5 osob. Což znamená průměrnou měsíční návštěvu jedné osoby. Tato hodnota musela být zaokrouhlena na celé číslo nahoru, protože se jedná o osoby. Poté se toto číslo vynásobilo počtem osob za den. Tím nám vyšla maximálně možná kapacita osob na měsíc při stanoveném tréninkovém plánu, tj. 1365 osob;
- návštěvnost za daný měsíc je pak stanovena vynásobením - koeficienty sezónností, nárůstu po zahájení a počtem osob dle tréninkového plánu;
- reprezentanti – jedná se o osoby dospělé a studenty. Prodejní cena jedné lekce byla stanovena na základě průzkumu trhu. Procentuální rozdělení zákazníků je pak určeno z dotazníkového šetření. Nápojový koncentrát stojí 229 Kč za kus a je na sto použití. Před zahájením podnikatelské činnosti bylo nakoupeno 20 kusů těchto koncentrátů v různých příchutích. Cena jednoho nápoje je pak stanovena na 5 Kč. Následné tržby jsou pak vynásobeny s počtem osob v daném měsíci a cenou. Zde však musíme zmínit, že tento výsledek je následně vynásoben koeficientem 85 %, protože se počítá s tím, že všechny osoby si nápoj neobjednají. Toto získané procento bylo získáno dotazováním v posilovnách nejen v Brně, ale i v Olomouckém kraji.

8.9 Finanční plán

Finanční plán obsahuje rozvahu, výkaz zisků a ztrát a cash flow. Příslušné výkazy jsou zobrazeny v příloze č. P VIII. Účetním obdobím si podnik zvolil hospodářský rok, protože je brán dle zahájení činnosti, tj. 1. května 2013 a končí 30. dubna 2014.

Tab. 12: Rozvaha Fitness centrum MH, s.r.o. k 1. květnu 2013 (vlastní zpracování)

Aktiva		Pasiva	
Stálá aktiva	1 057 219	Vlastní kapitál	500 000
Zřizovací výdaje	129 968	Základní kapitál	500 000
Dlouhodobý HM	832 149		
Drobný HM	95 102		
Oběžná aktiva	914 948	Cizí zdroje	1 500 000
Pěněžní prostředky	910 368	Bankovní úvěr	1 500 000
Zásoby	4 580		
Ostatní aktiva	27 833		
Aktiva celkem	2 000 000	Pasiva celkem	2 000 000

Výsledek hospodaření je v prvních dvou obdobích v minusových hodnotách. Tento fakt je výrazně ovlivněn nízkými tržbami a faktorem z pohledu nákladové stránky. Tímto faktorem jsou myšleny položky, které tvoří výraznou část nákladů, tj. mzdové, služby a dále pak splácení úvěru. Ve třetím a čtvrtém období se podnik dostává do kladných hodnot.

Jelikož podnik v prvních dvou obdobích vykazoval ztrátu, tak dle zákona o daních z příjmů je tu možnost uplatnit tuto ztrátu nejdéle v pěti letech bezprostředně po ztrátě. Pokud nebude využita celá najednou, tak je tu možnost rozpustit ji po částech, a proto podnik nebude ve třetím a čtvrtém roce platit daň z příjmu.

Tab. 13: Výsledek hospodaření (vlastní zpracování)

Výsledek hospodaření	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok
HV za účetní období	-762 919	-115 490	216 025	524 187

Cash flow je v jednotlivých obdobích v kladných hodnotách a tedy lze usuzovat efektivní hospodaření podniku.

8.10 SWOT analýza

Kvalitně zpracovaná SWOT analýza nám napoví, v čem jsou naše přednosti a naopak, na co je potřeba se zaměřit a zapracovat. Tato analýza je nedílnou součástí každého projektu a její vypracování je zcela nezbytné.

Silné stránky

- *lokalita;*
- *kvalifikovaný personál;*
- *serióznost;*
- *týmová práce;*
- *jasně definované cíle;*
- *moderní vybavení.*

V silných stránkách je největší přednost spatřována v jasně definovaných cílech. S tím pak souvisejí další preference, a to týmová práce, serióznost a kvalifikovaný personál.

Slabé stránky

- *pronajaté prostory;*
- *vysoké prvotní náklady na provoz;*
- *slabá obchodní značka tj. image podniku;*
- *prvotní podnikání;*
- *cizí finanční prostředky.*

Ve slabých stránkách jsou největší rizika ve vysokých prvotních nákladech a cizích finančních prostředcích. Další problémové oblasti jsou spatřovány v pronajatých prostorách a slabé (začínající) obchodní značce.

Příležitosti

- *nenasycenost trhu;*
- *existence tržní mezery na trhu;*
- *expanze po celé České republice.*

V příležitostech je největší možnost jak se zviditelnit a potřebně růst především, že zde existuje mezera na trhu v této oblasti. Fitness center, která se specializují na tuto oblast, tedy poskytování služeb – kruhový trénink pro muže není moc a tudíž zde může být potenciál růstu. Do budoucna případná expanze po celé České republice.

Hrozby

- *daňové zatížení;*
- *konkurenceschopnost;*
- *loajalita zákazníků;*
- *legislativní zákony související s činností fitness.*

Tato oblast je nesmírně důležitá, protože hýbe daným projektem, a to zejména negativním způsobem. Největší hrozba je spatřována především ve velmi vysoké konkurenci v oblasti fitness. Je velice mnoho způsobů, jak je možno relaxovat a nabídka těchto služeb tomu vůbec nepřispívá.

9 RIZIKA A PŘÍNOSY SOUVISEJÍCÍ SE ZALOŽENÍM

Riziková analýza zohledňuje osm největších faktorů, které mohou ohrozit daný projekt. Součástí analýzy je i popsání přínosů, které se založením podnikání souvisí.

9.1 Rizika spojená se založením podniku

- **platební neschopnost podniku**

V této oblasti mohou nastat neočekávané události, které mohou ovlivnit podnik, a to negativním způsobem. Proto je potřeba být o krok vpředu a veškeré činnosti související, ať už s nákupem, či platbou za jednotlivé úkony pořádně promyslet. Jedná se především, jak o výdaje nezbytně nutné k zahájení podnikatelské činnosti, ale i následný provoz. Provoz mnohdy představuje větší spotřebu peněžních prostředků, než který máme k dispozici. A proto je velice nutné pečlivě věnovat pozornost cash flow, které nám napoví, zda bude možné tyto výdaje uhlídat a nebudou větší potíže s placením svých závazků.

Pokud však nastane situace, kdy bude potřeba výdaje financovat cizími finančními prostředky, tak je nesmírně důležité si vše v klidu zhodnotit, protože toto zatížení může být pro firmu smrtící. A to z toho důvodu, že podnik je na začátku své existence, a i když veškeré předpoklady jsou k tomuto projektu přikloněny, tak to jsou údaje získané dotazníkovým šetřením, dotazováním, zkum a následně na těchto informacích je stanovena realizace celého projektu. Tudíž pak následně takto získané a zpracované informace v praxi (za chodu podniku) mohou být úplně někde jinde, a to tedy v červených číslech.

- **nově příchozí konkurenti**

Nově příchozí konkurence není vítaným členem, ať už mezi nově zřízenými či dlouhodobě fungujícími podniky, protože přetahuje klientelu a tím pádem odcházejí i tržby. Z provedených analýz vyplývá, že na daném trhu tento podnik neexistuje a proto pokud by se tato podnikatelská myšlenka na trhu uchytila, je možný příchod konkurentů do této oblasti.

- **růst cen energií**

Je neustálým a ožehavým tématem nejen pro přední dodavatelské podniky, ale i pro koncové spotřebitele. Budoucí vývoj momentálně energetickému prů-

myslu nepřeje. Vývoj cen je spíše příznivý pro konečného spotřebitele tím, že může docházet ke zlevnění těchto komodit. Pokud by však došlo k výraznému zvýšení, které by výrazně ovlivňovalo peněžní prostředky podniku, muselo by se zakročit, a to buď zvýšením ceny nabízených služeb či popřípadě snížením mezd.

- **legislativní zákony**

Jsou faktorem, který ať už fyzická či právnická osoba nijak nemůže ovlivnit. Záleží pouze na vládě, jak výrazné změny to budou. Mezi výrazné změny, které jsou typické pro rok 2013, je zvýšení DPH, a to o jeden procentní bod na 15 a 21 %. Ale i tak malé zvýšení může zapříčinit zvýšení výdajů podniků i o několik tisíců korun ročně.

- **nedostatek zkušeností v podnikatelské sféře**

Zkušenosti, které jsou získány v této oblasti, jsou vždy cenným přínosem. Pokud však tyto zkušenosti chybí, může docházet k časovým prodlevám mezi jednotlivými úkony, které jsou potřeba zajistit. Tím pádem dochází ke zpoždění zahájení podnikatelské činnosti. Tyto problémy jsou ve většině případů řešeny najmutím osoby či firmy, která nám pomůže urychlit procesy avšak za honorář, který nám ovšem zvedne prvotní výdaje před zahájením podnikatelské činnosti.

- **personální změny**

Tímto faktorem se především myslí neuspokojivé pracovní nasazení či opakované porušení pracovní kázně zaměstnance. Největší problém je spatřován hlavně v úseku náhrady, kdy podnik bude hledat nového zaměstnance.

Aby se těmto problémům předcházelo, je zapotřebí promyslet motivační program pro zaměstnance, který by kladně ovlivňoval podnikovou kulturu a přispíval tak k pohodě na pracovišti. Samozřejmě tento bod nelze stanovit ihned, protože podnik je teprve v začátcích a není úplně jasné, jak se bude podniku dařit. Ale do budoucna se s tímto programem počítá.

- **koeficient sezónnosti**

Tento faktor výrazně ovlivňuje tržby v jednotlivých měsících, a proto nemohl být opomenut v rizikové analýze. Byl stanoven na základě předvídatelných událostí, jako jsou: dovolené, svátky, prázdniny, pěkné počasí viz výše.

- **pokles poptávky**

Je nejvýraznější riziko každého podnikání, protože hýbe daným projektem negativním směrem a jeho následky jsou pak pro podnik nedozírné. Tento fakt je dán především změnou chování zákazníků a jeho preferencemi z možných nabízených služeb.

9.2 Přínosy spojené se založením podniku

Mezi největší přínosy, které jsou spatřovány se založením podniku, jsou z pohledu:

- **mezera na trhu** - v průzkumu místního trhu bylo zjištěno, že podstatná část by uvítala tento podnik. Je to dáno především, že na trhu existuje mezera, která není dlouhodobě zaplněna, a tudíž je zde po těchto nabízených službách „hlad“. Lidé prahnou odjakživa k novým a zajímavým věcem. A proto největší přínos spatřujeme v založení a rozvoji tohoto podniku, který by tuto mezeru na místním trhu zaplnil a následně dále rozvíjel;
- **zakladatele** - uspokojení svých potřeb. Dále, že nebude závislý na cizích institucích, tj. úřad práce;
- **nové pracovní místa** - se vznikem podniku se vytvoří nové pracovní pozice.

10 ZHODNOCENÍ PROJEKTU

Projekt založený na poskytování služeb zaměřený na kruhový trénink pro muže není zase až tak zázračnou novinkou. Nicméně podniků, které se specializují na tuto oblast, není mnoho, a proto hlavním cílem bude dosáhnout konkurenceschopnosti na místním trhu a přilákat určitý segment zákazníků, který by nejen pokryl prvotní náklady a provoz, ale i zajistil dostatečný zisk po určitém časovém horizontu.

Samotnému vzniku podniku předchází nespočet činností, které je nutné vyřídit či zajistit, aby podnik mohl reálně fungovat. Pokud jsou tyto činnosti zajištěny, pak je nutné dořešit samotný chod podniku, tj. rekonstrukce, vybavení, zajištění personálu atd..

Největší investice se týkala úpravy interiéru v hodnotě 336 834 Kč a dále pak nákup majetku v hodnotě 590 417 Kč. Nedílnou součástí fungování podniku je zajištění provozu, tj. personál a prostory. Finanční zdroje, které byly potřeba k podnikatelské činnosti, byly jednak řešeny vlastními zdroji a dále pak podnikatelským úvěrem.

Z výsledků finančního plánování viz příloha P VIII vyplynulo, že projekt v prvních dvou letech nebyl schopen dosáhnout ziskovosti. V prvním roce byl hospodářský dek -762 919 Kč a v roce následujícím -115 490 Kč. Avšak i když byl hospodářský výsledek ve dvou po sobě hospodářských období minusový, tak cash flow se do záporných čísel nedostalo. Bylo to ovlivněno především vypůjčeným finančním obnosem, který pokryl tyto minusové hodnoty. Třetí a čtvrtý rok je pro podnik velice příznivým obdobím. Hodnoty hospodářského výsledku se dostaly do kladných čísel, a to ve třetím roce na 216 025 Kč a v roce následujícím 524 187 Kč.

V oblasti rizik podniku je mnoho faktorů, které se mohou výrazněji podílet na konci tohoto projektu. Avšak výrazným faktorem je pokles poptávky, který ovlivní tržby a následně celý chod podniku. Mezi další výrazné rizika jsou koeficient sezónnosti, legislativní zákony a nově příchodí konkurence.

ZÁVĚR

Založení a následný vznik podniku je velice složitou a namáhavou cestou. Uplyne mnoho hodin a dní, než myšlenka, která stála na počátku, se transformuje do reálně fungujícího podniku. A proto je velice důležité a nezbytné, aby podnikatel znal problematiku spojenou s provozováním podnikatelské činnosti, protože čas a peníze, které budou do projektu vloženy, nemusí být vždy zhodnoceny. Je zde hodně proměnných, které mohou zapříčinit krach této myšlenky potažmo projektu. Proto každý projekt musí být řešen pečlivě a vždy s reálným úsudkem.

Cílem diplomové práce bylo zhodnocení potenciálu projektu na základě dostupných informací. K tomu nám pomohly teoretické poznatky, ze kterých jsme čerpali a následně řešili praktickou část.

Prvním krokem bylo potřeba získat informace, které by nám napověděly, zda projekt má reálnou šanci na provoz. Tyto potřebné informace byly získány pomocí analýzy odvětví fitness, místního trhu a dotazníkovým šetřením. Z výstupu průzkumu místního trhu vyplynulo, že tento projekt je realizovatelný, a proto bylo přistoupeno k řešení projektové části.

Projektová část zahrnovala zpracovat cíle podniku, harmonogram činností a založení podniku. V pasáži o založení podniku se řešily podoblasti, jako je výběr podniku, sepsání zakladatelské listiny, složení základního kapitálu a zápis do obchodního rejstříku. Nedílnou součástí dále bylo promyslet místo a předmět podnikání, materiálové a personální zabezpečení, a v neposlední řadě marketing s finančními plány. Na závěr projektu nemohly být opomenuty rizika a přínosy související se založením, ale i SWOT analýza a zhodnocení projektu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Literární zdroje

BARTKOVÁ, Lenka. *Ekonomika a legislativa podnikání*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2006, 104 s. ISBN 80-244-1393-0.

FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 159 s. ISBN 8024703858.

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

HESKOVÁ, Marie. *Teorie, management a marketing služeb*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012, 183 s. ISBN 978-80-87472-25-5.

KORÁB, Vojtěch, Jiří Peterka a Mária REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Brno: ComputerPress, a.s., 2008, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

LOVELOCK, Christopher H. a Jochen WIRTZ. *Services marketing: people, technology, strategy*. 6th ed. UpperSaddle River, NJ: Pearson/PrenticeHall, 2007, 648 s. ISBN 0-13-205676-3.

PAVELKOVÁ, Drahomíra a Adriana KNÁPKOVÁ. *Podnikové finance: Studijní pomůcka pro distanční studium*. 3 upravené vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2007, 293 s. ISBN 978-80-7318-593-0.

REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Efektivní financování rozvoje podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 142 s. ISBN 978-80-247-1835-4.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010, 498 s. ISBN 978-80-7400-336-3.

SYNEK, Miloslav a kol., Podniková ekonomika. 4. přepracované a doplněné vydání. Praha: C. H. Beck. 2006, ISBN 80-7179-892-4.

SYNEK, Miloslav. Manažerská ekonomika. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007, 452 s. ISBN 978-80-247-1992-4.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ a kol. Podnikání malé a střední firmy. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 304 s. ISBN 80-247-1069-2.

VEBER, Jaromír, Jitka SRPOVÁ a kol. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 327 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

VEJDĚLEK, Jiří. Jak založit nebo převzít podnik. Vyd. 1. Praha: Grada, 1997, 229 s. ISBN 80-7169-234-4.

WAGNEROVÁ, Eva a Jarmila ŠEBESTOVÁ. Podnikání v malé a střední firmě. Vyd. 1. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2007, 215 s. ISBN 978-80-7248-441-6.

ZÁMEČNÍK, Roman, Zuzana TUČKOVÁ a Petr NOVÁK. Podniková ekonomika I. Zlín: UTB ve Zlíně, FaME. 2008, 295 s. ISBN 978-80-7318-701-9.

Internetové zdroje

ČESKÁ KOMORA FITNESS, 2012. [online], [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://ceskakomorafitness.cz/>

ČESKO, 1991. Zákon č. 513 ze dne 5. listopadu 1991 obchodní zákoník. In: Sbírka zákonů České republiky. částka 98, s. 2474-2565. Dostupný z:

<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1991/sb098-91.pdf.%20ISSN%201211-1244>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2011. Klasifikace ekonomických činností [online], aktualizováno dne 15.7.2011 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_%28cz_nace%29

Firemní finance, 2010. Živnostenské oprávnění [online], [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://firmy.finance.cz/zpravy/finance/289543-jakou-zivnost-zvolit-pro-fitness-a-sportovni-centrum/>

Institut rozvoje podnikání, 2008. Podnikatelský plán [online], [cit. 2013-02-13]. Dostupný z: <http://www.ide-vse.cz/podnikatelsky-plan.html>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČSÚ	Český statistický úřad
OR	Obchodní rejstřík
S.R.O.	Společnost s ručením omezeným
V.O.S.	Veřejná obchodní společnost
K.S.	Komanditní společnost
A.S.	Akciová společnost

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Podíl dotazovaných respondentů dle věkové kategorie.....	44
Obr. 2: Podíl respondentů dle jejich návštěvnosti ve fitness centrech.....	45
Obr. 3: Podíl odpovědí respondentů na otázku, zda by uvítali fitness centrum zaměřené na tuto oblast	46
Obr. 4: Předmět zájmu respondentů o nový podnik	46

SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Vývoj kulturní, zábavní a rekreační činnosti v letech 2010 – 2011	35
Tab. 2: Věkové složení obyvatelstva k 31. prosinci 2011	38
Tab. 3: Složení obyvatelstva podle věkových skupin v tis. osob	38
Tab. 4: Věkové složení mužů v Brně v letech 2008 – 2011	42
Tab. 5: Harmonogram činností založení podniku.....	50
Tab. 6: Výdaje k založení podnikatelské činnosti	50
Tab. 7: Rozpočet pro vyhotovení zdí.....	53
Tab. 8: Měsíční náklady na zaměstnance	55
Tab. 9: Přehled výdajů nutný k zajištění podnikání.....	58
Tab. 10: Výpočet odpisů	59
Tab. 11: Umoření úvěru.....	59
Tab. 12: Rozvaha Fitness centrum MH, s.r.o. k 1. květnu 2013	61
Tab. 13: Výsledek hospodaření	61

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Dotazník
- P II Zakladatelská listina
- P III Jednotný registrační formulář
- P IV Hlavní formulář na zápis do Obchodního rejstříku
- P V Provozní řád
- P VI Materiálové vybavení
- P VII Ceník služeb
- P VIII Výkazy

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Dobrý den,

jsem studentem 2. ročníku magisterského studia Fakulty managementu a ekonomiky UTB ve Zlíně a chtěl bych Vás tímto způsobem požádat o vyplnění následujícího dotazníku. Dotazník se týká zájmu obyvatel města Brna o nový podnik služeb – fitness centrum (kruhový trénink zaměřený pro muže). Tento dotazník je zcela anonymní a jeho výsledky poslouží ke zpracování diplomové práce. Zvolenou odpověď zakřížkujte, případně napište svůj názor.

Děkuji za spolupráci.

Bc. Martin Hošek

1. Věk:

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 15 -17 | <input type="checkbox"/> 27 – 33 |
| <input type="checkbox"/> 18 – 21 | <input type="checkbox"/> 34 – 40 |
| <input type="checkbox"/> 22 – 26 | <input type="checkbox"/> nad 41 let |

2. Jak často navštěvujete fitness centrum?

- | | |
|------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 x týdně | <input type="checkbox"/> 4 x týdně |
| <input type="checkbox"/> 2 x týdně | <input type="checkbox"/> Nenevštěvuji |
| <input type="checkbox"/> 3 x týdně | <input type="checkbox"/> Jiné, uveďte: |

3. Jste spokojeni s výběrem služeb, které nabízejí fitness centra v Brně?

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ano | <input type="checkbox"/> Ne |
|------------------------------|-----------------------------|

3.1. V případě, že Vaše odpověď zní „Ne“ uveďte co byste uvítal nového či jiného.

.....

4. Víte co je to kruhový trénink a v čem je jeho podstata?

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ano | <input type="checkbox"/> Ne |
|------------------------------|-----------------------------|

5. Uvítal byste v Brně fitness centrum, které by bylo zaměřeno na tuto oblast?

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ano | <input type="checkbox"/> Ne |
|------------------------------|-----------------------------|

5.1. V případě, že předchozí odpověď zní „Ano“ jaký je důvod Vašeho zájmu.

- Nedostatek těchto podniků
- Zkusit něco nového
- Kratší doba cvičení
- Nemusíme čekat, než se uvolní stroje
- Jiné, uveďte:

6. Jak hodnotíte současné ceny ve fitness centrech?

- Vysoké
- Přiměřené
- Nízké

PŘÍLOHA P II: ZAKLADATELSKÁ LISTINA

NOTÁŘSKÝ ZÁPIS

sepsaný k 10. lednu 2013 v notářské kanceláři, notářem Z, k žádosti přítomného účastníka:

Bc. Martin Hošek, Zvole 25, 789 01 Zábřeh na Moravě, narozen dne 12. 03. 1988,

Svoji totožnost prokázal občanským průkazem a prohlásil, že je k právním úkonům plně způsobilý a požádal o sepsání této

ZAKLADATELSKÉ LISTINY

O ZALOŽENÍ SPOLEČNOSTI S RUČENÍM OMEZENÝM

za těchto podmínek:

Čl. 1

Obchodní firma

spol. s r.o.

Fitness centrum MH, s.r.o.

Čl. 2

Sídlo podniku

Tento podnik se zakládá na dobu neurčitou a sídlo podniku se nachází: Palackého třída 515/85, Brno 612 00.

Čl. 3

Předmět podnikání

Předmětem podnikání podniku je: činnost fitness center.

Čl. 4

Společníci

Jediným společníkem je Martin Hošek, se sídlem Zvole 25, 789 01 Zábřeh na Moravě, narozen 12. 03. 1988.

Čl. 5

Základní kapitál podniku a podíly společníků

Základní kapitál podniku tvoří vklad jediného společníka ve výši 500 000 Kč, který byl v okamžiku podpisu této listiny plně splacen. Správou vkladu byla pověřena banka České spořitelny v Brně.

Čl. 6

Orgány podniku

Orgány podniku tvoří –

- a) valná hromada,
- b) jednatel.

Čl. 7

Valná hromada

1. Působnost valné hromady vykonává zakladatel jako jediný společník svým rozhodnutím.
2. Zakladatel se může nechat zastoupit zástupcem, který se musí prokázat písemnou plnou mocí, vystavenou za tímto účelem.

Čl. 8

Jednatel

1. Prvním a jediným jednatelem podniku je pan Martin Hošek, se sídlem Zvole 25, 789 01 Zábřeh na Moravě, narozen 12. 03. 1988.
2. Jednatel jedná ve všech věcech podniku samostatně v postavení statutárního orgánu navenek vůči třetím osobám.
3. Pro jednatele platí zákaz dle ustanovení § 136 ObchZ.

Čl. 9

Jednání a podepisování za podnik

1. Jménem podniku jedná jako statutární orgán její jednatel, a to samostatně a v plném rozsahu. V rozsahu stanoveném touto smlouvou nebo obecně závazným právním předpisem může jednatel udělit k právním úkonům plnou moc i třetí osobě.
2. Podepisování za podnik se děje tak, že k vytištěné nebo nadepsané obchodní firmě podniku připojí svůj vlastnoruční podpis jednatele nebo jím zmocněná osoba.

Čl. 10

Rezervní fond

1. Podnik vytvoří rezervní fond z čistého zisku vykázaného v řádné účetní závěre za rok, v němž poprvé čistý zisk vytvoří, a to ve výši nejméně 10 % z čistého zisku, avšak ne více nežli 5 % základního kapitálu.
2. Rezervní fond se každoročně doplňuje o částku nejméně 5 % z čistého zisku až do dosažení výše 10 % základního kapitálu.

Čl. 11

Účast v podniku, převod obchodního podílu

1. Zakladatel je oprávněn převést svůj obchodní podíl nebo jeho část na třetí osobu.
2. Smlouva o převodu obchodního podílu musí být písemná a nabyvatel musí výslovně prohlásit, že přistupuje k této zakladatelské listině, resp. jejím doplňkům.

Čl. 12

Závěrečná ustanovení

1. Tato zakladatelská listina a z ní vyplývající právní vztahy se řídí českým právem.
2. V případě zrušení podniku bude likvidace provedena podle příslušných ustanovení v ObchZ.
3. Tato zakladatelská listina, jakož i její změny a doplňky nabývají platnosti a účinnosti dnem podpisu.
4. Zakladatelská listina, jakož i její změny a doplňky se sepisují v 6 stejnopisech, z nichž po dvou obdrží rejstříkový soud, po dvou zakladatel a po dvou podnik.

V Brně, dne 12. 01. 2013

Podpis zakladatele:

Martin Hošek

PŘÍLOHA P III: JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

viz 2 strany dále



ČÁST A - PODNIKATEL

01 Podnikatel

a) obchodní firma / název právnické osoby ⁷	Fitness centrum MH		
b) právní forma	Společnost s ručním omezením	c) identifikační číslo	

02 Sídlo

a) název ulice	Palackého	b) číslo popisné	515/85	c) číslo orientační		d) PSČ	61200
e) název obce	Brno	f) část obce					
g) okres	Brno	h) stát	ČR				

**03 Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu)
- ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašují živnost resp. žádám o koncesi**

pořadové číslo 1.	Činnost fitness center
-------------------	------------------------

04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	Bo.	b) jméno	Martin	c) příjmení	Hošek	d) titul	
e) datum narození	12.10.31.1988	f) rodné číslo	8803126222				

05 Bydliště / pobyt⁷ člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	Zvole	b) číslo popisné	25	c) číslo orientační		d) PSČ	48901
e) název obce	Zvole	f) část obce					
g) okres	Šumperk	h) stát	ČR				

06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul		b) jméno		c) příjmení		d) titul	
e) datum narození		f) rodné číslo					

07 Bydliště / pobyt⁷ člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice		b) číslo popisné		c) číslo orientační		d) PSČ	
e) název obce		f) část obce					
g) okres		h) stát					

08 Odpovědný zástupce

a) titul	Ing.	b) jméno	Michal	c) příjmení	Hošek	d) titul	
e) státní občanství	české	f) rodné příjmení		g) datum narození	26.10.71.1985	h) rodné číslo	8507266215
i) místo narození	Zábřeh na Moravě	j) okres	Šumperk	k) stát	ČR	l) pohlaví ¹¹	žena / muž

09 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice	Zvole	b) číslo popisné	25	c) číslo orientační		d) PSČ	48901
e) název obce	Zvole	f) část obce					
g) okres	Šumperk	h) stát	ČR				

10 Pobyt odpovědného zástupce na území ČR (pro zahraniční osoby)

a) název ulice		b) číslo popisné		c) číslo orientační		d) PSČ	
e) název obce		f) část obce		g) okres			

¹¹ vyplní se pouze u fyzické osoby, která nemá přiděleno rodné číslo
MPO PO – vzor č. 05 (082010)

11 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce

0.1.0.5|2.0.1.3

12 Ustanovení odpovědného zástupce pro předměty podnikání
(pořadové číslo předmětu podnikání)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

13 Provozovna

a) název ulice Palackého	b) číslo popisné 515/85	c) číslo orientační	d) PSČ 6.1.2.0.0
e) název obce Brno	f) část obce	g) okres	
h) název provozovny Fitness centrum MH	i) umístění provozovny 1. patro		
j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně 0.1.0.5 2.0.1.3	k) identifikační číslo provozovny		
l) provozovna podléhající kolaudaci ANO/NE	m) předměty podnikání provozované v provozovně dle poř. čísla / u živnosti volné číslo oboru		

ČÁST B - DAŇOVÁ REGISTRACE

- přihlašuji se ve smyslu § 33 zákona o správě daní a poplatků k registraci u FÚ v

a) k dani z příjmů právnických osob	<input checked="" type="checkbox"/>	b) k dani z přidané hodnoty (přílohou je přihláška k DPH)	<input type="checkbox"/>
c) k dani z nemovitosti	<input type="checkbox"/>	ode dne	
d) k dani silniční	<input type="checkbox"/>	ode dne	
e) k dani z příjmů jako plátcí:			
1) daně z příjmů ze závislé činnosti a funkčních požitků	<input checked="" type="checkbox"/>	ode dne	0.1.0.5 2.0.1.3
2) daně z příjmů vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	<input type="checkbox"/>	ode dne	
3) zajišťující daň z příjmů	<input type="checkbox"/>	ode dne	
f) zastupování v daňových záležitostech: smluvní zástupce	ANO/NE	(v případě „ANO“ přílohou je plná moc)	
g) čísla účtů u bank, spořitelních a úvěrních družstev, na nichž mám soustředěny prostředky z podnikatelské činnosti			
účet v ČR - číslo účtu / směrový (identifikační) kód 0-2.8.9.1.7.3.9.0.6.8.0.8.0.0	měna, ve které je účet veden CZK	vlastníkem účtu je daňový subjekt	ANO/NE
účet vedený v zahraničí - IBAN			
h) zahraniční daňové identifikační číslo, stát	i) právní předchůdce - daňové identifikační číslo CZ		
j) obchodní firma / právní forma	Fitness centrum MH/s.r.o.		

ČÁST C - OZNÁMENÍ PRACOVNÍHO MÍSTA

- oznamuji ve smyslu zákona o zaměstnanosti volné pracovní místo / obsazení volného pracovního místa¹ ÚP v

a) místo výkonu práce Brno	b) název profese Trenér	c) dle KZAM 34822	d) vznik / obsazenost ¹ ke dni 0.1.0.4 2.0.1.3
e) pracovní právní vztah na dobu určitou / neurčitou ¹	f) pracovní doba 7 hod.	g) počet míst 1	h) výše mzdy 19000 Kč
i) požadované vzdělání, praxe osvědčení pro vykonávání činnosti	j) zveřejňovat		ANO/NE
k) kontaktní osoba na pracovišti Martin Hošek	l) poznámky: nabízené výhody, speciální požadavky apod.		

ČÁST D - VYBERTE PROVÁDĚNÉ ÚKONY V JEDNOTLIVÝCH ČÁSTECH

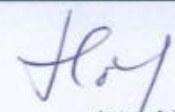
a) pro živnostenský úřad	<input checked="" type="checkbox"/>	počet příloh	0,2	b) pro finanční úřad	<input checked="" type="checkbox"/>	počet příloh	0,1	c) pro Úřad práce	<input checked="" type="checkbox"/>	počet příloh	
--------------------------	-------------------------------------	--------------	-----	----------------------	-------------------------------------	--------------	-----	-------------------	-------------------------------------	--------------	--

ČÁST E - ADRESA PRO DORUČOVÁNÍ

a) název ulice Palackého	b) číslo popisné 515/85	c) číslo orientační	d) PSČ 6.1.2.0.0
e) název obce Brno	f) část obce	g) okres Brno	
h) adresu použít i pro následující řízení			ANO/NE

ČÁST F - DOPLŇJÍCÍ ÚDAJE

a) telefon 737 125 648	b) datová schránka	c) e-mail fitnesscentrum@post.cz
---------------------------	--------------------	-------------------------------------

jméno podatele Martin	příjmení podatele Hošek	 vlastnoruční podpis
vztah k právnické osobě Jednatel		
v Brně	dne 27.2.2013	

PŘÍLOHA P IV: FORMULÁŘ NA ZÁPIS DO OR

Návrh na zápis nebo zápis změny zapsaných údajů do obchodního rejstříku

I.

REJSTŘÍKOVÝ SOUD

1 Adresa rejstříkového soudu

Krajský/městský soud v	Brně		
Ulice	Husova		
Číslo domu	15	PSČ	601 95

Místo pro nalepení kolkových známek

II.

NAVRHOVATEL

2 Jméno a příjmení nebo Obchodní firma či název + IČ	3 Adresa bydliště nebo sídla			
	Obec a u zahraničních osob i stát	Ulice	Číslo domu	PSČ
Martin Hošek	Zvole	Zvole	25	789 01

III.

ÚDAJE O SPOLEČNOSTI, JÍŽ SE NÁVRH TÝKÁ

4 Obchodní firma	Fitness centrum MH, s.r.o.				
5 Adresa sídla	Palackého třída 515/85, 612 00 Brno				
6 Identifikační číslo					
7 Rejstříkový soud	Soud v Brně				
8 Spisová značka	Oddíl		Vložka		
9 Požadovaná akce					
<input checked="" type="checkbox"/> prvozápis	<input type="checkbox"/> změna	<input type="checkbox"/> změna právní formy	<input type="checkbox"/> rozdělení	<input type="checkbox"/> fúze	<input type="checkbox"/> převod jmění

IV.

PŘÍLOHY

Pořadové číslo	Předkládaná listina	Počet vyhotovení
1	Notářský zápis zakladatelské listiny ze dne 12.1. 2013	2
2	Čestné prohlášení a podpisový vzor	3
3	Výpis z živnostenského rejstříku	1
4	Výpis z rejstříku trestu	3
5	Potvrzení banky o splacení vkladu	1
6	Smlouva o nájmu nebytových prostor	3
7	Prohlášení správce vkladu	2

V.

DATUM PROVEDENÍ ZÁPISU

<input checked="" type="checkbox"/>	Žádám, aby všechny výše uvedené skutečnosti byly zapsány do rejstříku v zákonem stanovené lhůtě
<input type="checkbox"/>	Všechny výše uvedené skutečnosti žádám zapsat do obchodního rejstříku kde dni

VI.

ZÁVĚREČNÁ ČÁST

Na základě výše vyplněného formuláře a příloh k němu přiložených podávám návrh na zápis těchto skutečností do obchodního rejstříku.

Tento návrh podává navrhovatel

Jméno a příjmení	Vlastnoruční podpis	Úřední ověření pravosti podpisu
Martin Hošek		

Tento návrh podává zástupce navrhovatele

Jméno, příjmení a rodné číslo (u cizince datum narození) zástupce navrhovatele	Vlastnoruční podpis	Údaj o zástupci *)	Úřední ověření pravosti podpisu

*) uvede se: advokát, notář, obecný zmocněnec a další dle §21 občanského soudního řádu

V

Dne

PŘÍLOHA P V: PROVOZNÍ ŘÁD FITNESS CENTRUM MH

1. Název podniku: Fitness centrum MH
Adresa: Palackého třída 515/85, 612 00 Brno
2. Vlastník areálu: Martin Hošek
3. Provozní doba: aktuální provozní doba umístěna u předních vchodových dveří
4. Odpovědná osoba: Martin Hošek (vedoucí)

Provozní řád fitness centra je zpracovaný v souladu **se zákonem č. 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících předpisů**. Tento provozní řád je vyvěšen na viditelném místě při vstupu do fitness centra. Každý zákazník se po zakoupení vstupného musí s tímto provozním řádem seznámit a zavazuje se tento provozní řád dodržovat.

Během provozu je přítomný personál, který má náležité odborné vzdělání nebo rekvalifikační kurz, který ho opravňuje k poskytování služeb spojených s podnikatelskou činností – příprava cvičebních programů, metodika a technika cvičení, poradenství fitness, dohled nad cvičením, atd..

V případě potřeby je personál připravený poskytnout první pomoc nebo přivolat záchrannou službu. Má přístup k lékárnice a doplňuje předepsaný obsah dle aktuální potřeby. Obsluha musí mít platný zdravotní průkaz.

Fitness centrum je navštěvováno za účelem zvyšování kondice, a proto si každý musí být vědom **svého aktuálního zdravotního stavu**. Osoby se zdravotními obtížemi (onemocnění oběhové soustavy – srdce, cévy, krevní tlak, onemocnění pohybového aparátu, diabetes, atd.) musí před návštěvou fitness centra konzultovat svůj zdravotní stav se svým lékařem, který určí případná omezení. Zákazník, který přijde do této provozovny s tímto omezením, musí **pokaždé informovat personál fitness centra a následně respektovat jeho pokyny**.

Do fitness centra nemají přístup osoby pod vlivem alkoholu nebo jiných návykových látek a osoby nemocné. Děti mladší 15-ti let mohou do fitness centra pouze v doprovodu rodiče nebo osoby starší 18-ti let, který za dítě zodpovídá. V celém areálu platí přísný zákaz kouření.

Při návštěvě fitness centra zájmovými skupinami (zájmové kluby či sportovní oddíly), je vedoucí této skupiny zodpovědný za program, dodržování bezpečnostních opatření, dodržování provozního řádu fitness centra a návštěvního řádu.

Ve fitness centru jsou k dispozici šatny pro muže (14 skříněk) se zázemím (2 sprchy, 1 umývadlo, 1 pisoár a 1 WC).

Úklid je prováděn 1 x denně na vlhko před zahájením provozu. Během provozu případně průběžný úklid s důrazem na sociální zařízení, šatny a přístupové chodby. Každý den po skončení provozu umyje personál všechna používaná náčiní (činky atd.) běžným úklidovým prostředkem. Minimálně 1 x týdně je kromě běžného úklidu provedena i desinfekce ostatních prostor, zařízení a ploch. Desinfekční prostředky musí být pravidelně obměňovány v intervalu po 3 měsících používání.

Všechny úklidové a desinfekční prostředky musí být pro danou činnost přímo určeny, jejich používání musí být schváleno hlavním hygienikem ČR. Při práci s úklidovým a desinfekčními prostředky musí být dodržena BOZP a personál se musí seznámit s návodem a obsahem bezpečnostních listů, které jsou uloženy na bezpečném místě.

Zákazník musí být ve fitness centru přezutý do čisté sportovní obuvi, při samotném cvičení musí používat vlastní čistý ručník (nebo jinou vhodnou a dostatečně velkou podložku), který si pod sebe pokládá při cvičení. Tímto se zamezí přímému kontaktu holého těla se cvičebním náradím. Zákazník by se měl chovat tiše a nerušit svým chováním ostatní. Pokud zákazník během návštěvy zjistí poruchu na zařízení, náradí nebo náčiní, musí to neprodleně oznámit obsluze fitness centra, která provede patřičná opatření.

Každý si je vědom svých schopností a proto je důležité nepřeceňovat své síly. Před první návštěvou se zákazník musí informovat o jednotlivých typech kondičního cvičení. Vyvaruje se tak případnému extrémnímu přetížení organismu nebo zklamání ze špatně zvoleného cvičení. Každý začátečník by měl před první návštěvou absolvovat zdravotní prohlídku a konzultovat svůj zdravotní stav se svým ošetřujícím lékařem. Pokud si zákazník zvolí určitý typ cvičení, ale až v průběhu cvičení zjistí, že je nad jeho aktuální fyzické možnosti, může kdykoliv z lekce odejít **avšak bez nároku na vrácení poplatku.**

Personál průběžně kontroluje technický stav jednotlivých posilovacích strojů a náčiní. Drobné závady jsou odstraněny ihned, při potřebě náročnější opravy je náčiní odstaveno mimo provoz do té doby, než je závada odstraněna personálem nebo servisní firmou. O kontrolách je personálem proveden zápis do provozní knihy fitness centra.

PŘÍLOHA P VI: MATERIÁLOVÉ VYBAVENÍ

Kancelář

Položka	Kusy	bez DPH	s DPH
Stůl + 2 židle	-	1 485	1 797
Skříň	1	1 170	1 416
Mikrovlnná trouba	1	1 159	1 478
Lednička	1	3 215	3 890
Vysavač	1	2 058	2 490
Konvice	1	619	749
Koš	1	82	99
Záchod	1	1 008	1 220
Umyvadlo	1	1 645	1 990
Uklízečí potřeby	1	1 207	1 460
Celkem	9	13 648	16 589

Bar

Položka	Kusy	bez DPH	s DPH
Výpočetní technika	1	17 480	21 151
Microsoft office 2010	1	4 203	5 086
Dřez	1	1 031	1 248
Baterie	1	660	799
Sklenice	18	2 231	2 700
Světla	2	1 321	1 598
Židle	1	1 066	1 290
Koš	1	82	99
Mobilní telefon	1	4 652	5 629
Celkem	27	32 726	39 600

Šatna

Položka	Kusy	bez DPH	s DPH
Úchyt na toaletní papír	1	288	349
Sprchy	2	19 520	23 619
Věšák na ručník	1	247	299
Ručníky	8	1 514	1 832
Pisoár	2	1 872	2 265
Záchod	1	1 008	1 220
Umyvadlo	1	1 645	1 990
Baterie	1	660	799
Světla	6	3 962	4 794
Zrcadla	6	1 731	2 094
Lavice	2	3 600	4 356
Skříně	14	35 700	43 197
Botník	16	20 494	24 798
Koš	1	82	99
Celkem	62	92 323	111 711

Položky do posilovny

Položka	Kusy	bez DPH	s DPH
Světla	5	3 302	3 995
Ozvučení (hudba)	1	7 125	8 621
Zrcadla	6	1 731	2 094
Podložky na činky	2	3 289	3 980
Podložky na cvičení	10	4 050	4 900
Hodiny	1	330	399
Hasící přístroj	1	1 008	1 220
Celkem	26	20 835	25 209

Posilovací stroje

Stroj	Kusy	bez DPH	s DPH
Leg Press Universal	1	40 150	48 582
Zakopávání vleže	1	40 150	48 582
Svodidla	1	34 890	42 217
Protisměrné klady + hrazdy	1	46 570	56 350
Lavice polohovací	2	22 600	27 346
Lavice rozpažovací hlavou dolů	1	9 200	11 132
Chromové jednoručky (1 - 10) kg	20	23 900	28 919
Strojan pro sadu jednoruček	1	5 500	6 655
Jednoručky litinové - pevné klasické			
12,5 až 45 kg	28	50 840	61 518
Stojan pro litinové jednoručky	1	7 690	9 305
Stojan pro kotouče - velký	1	3 550	4 296
Stojan pro kotouče - malý	1	2 870	3 473
Kotouče nakládací 50 mm			
2 až 25 kg	4	22 640	27 395
Kotouče pro jednoručky 24 mm			
1,25	4	284	344
2,5	4	568	687
5	4	1 132	1 370
Adapter - triceps rovný	1	910	1 101
Adapter - triceps lomený	1	970	1 174
Adapter - triceps provazový	1	940	1 137
Bicepsová činka	1	3 390	4 102
OL tyč LIGO	1	9 608	11 626
Celkem	104	328 352	397 310

PŘÍLOHA P VII: CENÍK SLUŽEB

Jednorázový vstup

Student	120 Kč
Dospělý	150 Kč

Karta

Student	1 560 Kč
Dospělý	1 950 Kč

Nápoj	5 Kč
--------------	------

PŘÍLOHA P VIII: VÝKAZY

Rozvaha

ROZVAHA				
ROK	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
AKTIVA CELKEM	999 125	618 054	537 667	731 031
STÁLÁ AKTIVA	808 999	560 779	312 562	203 830
Zřizovací výdaje netto	103 974	77 980	51 986	25 992
brutto	129 968	103 974	77 980	51 986
korekce	25 994	25 994	25 994	25 994
DHM netto	609 923	387 697	165 474	82 736
brutto	832 149	609 923	387 697	165 474
korekce	222 226	222 226	222 223	82 738
Drobný DM	95 102	95 102	95 102	95 102
OBĚŽNÁ AKTIVA	190 126	57 275	225 105	527 201
Zásoby	1 740	4 049	6 659	2 775
Finanční majetek	188 386	53 226	218 446	524 426
PASIVA CELKEM	999 125	618 054	537 667	731 031
VLASTNÍ KAPITÁL	-262 919	-378 409	-162 384	361 803
Základní kapitál	500 000	500 000	500 000	500 000
Rezervní fond	0	0	25 000	50 000
HV minulých let	0	-762 919	-878 409	-687 384
HV běžného účetního období	-762 919	-115 490	191 025	499 187
CIZÍ ZDROJE	1 262 044	996 463	700 051	369 228
Bankovní úvěr	1 262 044	996 463	700 051	369 228

Výkaz zisků a ztrát

VÝKAZ ZISKŮ A ZTRÁT				
ROK	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
Tržby za prodej zboží	26 200	44 960	54 300	58 480
Náklady na prodané zboží	12 000	20 591	24 870	26 784
Obchodní marže	14 200	24 369	29 430	31 696
Výkony	827 490	1 420 740	1 716 360	1 848 360
Tržby z prodeje vlastních výrobků a služeb	827 490	1 420 740	1 716 360	1 848 360
Výkonová spotřeba	430 933	414 548	414 548	414 548
Spotřeba materiálu a energie	127 000	126 500	126 500	126 500
Služby	290 356	288 048	288 048	288 048
Reprezentace	13 577	0	0	0
Přidaná hodnota	410 757	1 030 561	1 331 242	1 465 508
Osobní náklady	747 720	747 720	747 720	747 720
Odpisy	248 220	248 220	248 217	108 732
Provozní hospodářský výsledek	-585 183	34 621	335 305	609 056
Finanční výnosy	0	0	0	0
Finanční náklady	177 736	150 111	119 280	84 869
Finanční hospodářský výsledek	-177 736	-150 111	-119 280	-84 869
Daň z příjmů za běžnou činnost	0	0	0	0
HV za běžnou činnost	-762 919	-115 490	216 025	524 187
Mimořádné výnosy	0	0	0	0
Mimořádné náklady	0	0	0	0
Mimořádný hospodářský výsledek	0	0	0	0
HV za účetní období	-762 919	-115 490	216 025	524 187

Cash flow 2013/2014

Měsíc	Před započetím činnosti	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	Celkem období
Příjmy	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Příjmy za výrobky a služby		17 055	34 110	28 415	39 800	52 955	85 140	85 140	75 705	94 705	113 555	113 555	113 555	853 690
Osobní finanční vklad	500 000													500 000
Úvěr - Česká spořitelna	1 500 000													1 500 000
Celkem příjmy	2 000 000	17 055	34 110	28 415	39 800	52 955	85 140	85 140	75 705	94 705	113 555	113 555	113 555	2 853 690
Výdaje	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Mzda zaměstnanců		46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	558 000
Sociální a zdravotní poj. za zaměstnance		15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	189 720
Platby nájemného	64 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	322 500
Spotřeba energie + voda + odpady	31 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	157 500
Telefon, internet	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	12 090
Spotřeba režijního materiálu	500								500					1 000
Výdaje na změnu stavu zásob zboží a mat.	4 580							4 580				4 580		13 740
Výdaje na propagaci - rádio	7 107													7 107
Výdaje na propagaci - vývěsní tabule	4 528													4 528
Výdaje na propagaci - vizitky a razítka	742													742
Výdaje na propagaci - web	1 200													1 200
Výdaje na propagaci - označení prostor	4 528													4 528
Nákup drobného HM (do 40 tis.Kč)	95 102													95 102
Výdaje na nákup dlouhodobého HM	495 315													495 315
Počáteční stavební úpravy + bar	336 834													336 834
Poplatky OSA (autorské poplatky)	10 248													10 248
Výdaje na likvidaci odpadu	2 140	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	9 580
Výdaje na zřízení podniku - ŽL, OR	12 490													12 490
Školení, kurzy	11 616													11 616
Splátky úvěru - Česká spořitelna		34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	412 092
Poplatky k zřízení úvěru	10 300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	13 900
Celkem výdaje	1 089 632	130 501	130 501	130 501	130 501	130 501	130 501	135 081	131 001	130 501	130 501	135 081	130 501	2 665 304
Hotovost za měsíc	-----	-113 446	-96 391	-102 086	-90 701	-77 546	-45 361	-49 941	-55 296	-35 796	-16 946	-21 526	-16 946	
Hotovost kumulovaná	910 368	796 922	700 531	598 445	507 744	430 198	384 837	334 896	279 600	243 804	226 858	205 332	188 386	188 386

Cash flow 2014/2015

Měsíc	Před započetím činnosti	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	Celkem období
	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Příjmy	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Příjmy za výrobky a služby		102 320	102 320	68 215	73 910	98 450	132 555	141 995	121 195	151 405	151 405	160 965	160 965	1 465 700
Peníze k dispozici	188 386													188 386
Celkem příjmy	188 386	102 320	102 320	68 215	73 910	98 450	132 555	141 995	121 195	151 405	151 405	160 965	160 965	1 654 086
Výdaje	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Mzda zaměstnanců		46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	558 000
Sociální a zdravotní pojištění za zaměstnance		15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	189 720
Platby nájemného		21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	258 000
Spotřeba energie + voda + odpady		10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	126 000
Telefon, internet		930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	11 160
Spotřeba režijního materiálu									500					500
Výdaje na změnu stavu zásob zboží a mat.			4 580				4 580		13 740					22 900
Výdaje na propagaci - web	1 200													1 200
Poplatky OSA (autorské poplatky)	10 248													10 248
Výdaje na likvidaci odpadu		620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	7 440
Splátky úvěru - Česká spořitelna		34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	412 092
Poplatky k zřízení úvěru		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600
Celkem výdaje	11 448	130 501	135 081	130 501	130 501	130 501	135 081	130 501	144 741	130 501	130 501	130 501	130 501	1 600 860
Hotovost za měsíc	-----	-28 181	-32 761	-62 286	-56 591	-32 051	-2 526	11 494	-23 546	20 904	20 904	30 464	30 464	
Hotovost kumulovaná		176 938	148 757	115 996	53 710	-2 881	-34 932	-37 458	-25 964	-49 510	-28 606	-7 702	22 762	53 226

Cash flow 2015/2016

Měsíc	Před započítím činnosti	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	Celkem období
	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Příjmy	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Příjmy za výrobky a služby		144 905	144 905	96 655	96 655	128 810	170 405	170 405	136 300	170 405	170 405	170 405	170 405	1 770 660
Peníze k dispozici	53 226													53 226
Celkem příjmy	53 226	144 905	144 905	96 655	96 655	128 810	170 405	170 405	136 300	170 405	170 405	170 405	170 405	1 823 886
Výdaje	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Mzda zaměstnanců		46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	558 000
Sociální a zdravotní pojištění za zaměstnance		15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	189 720
Platby nájemného		21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	258 000
Spotřeba energie + voda + odpady		10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	126 000
Telefon, internet		930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	11 160
Spotřeba režijního materiálu									500					500
Výdaje na změnu stavu zásob zboží a mat.			4 580				9 160				13 740			27 480
Výdaje na propagaci - web	1 200													1 200
Poplatky OSA (autorské poplatky)	10 248													10 248
Výdaje na likvidaci odpadu		620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	7 440
Splátky úvěru - Česká spořitelna		34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	412 092
Poplatky k zřízení úvěru		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600
Celkem výdaje	11 448	130 501	135 081	130 501	130 501	130 501	139 661	130 501	131 001	130 501	144 241	130 501	130 501	1 605 440
Hotovost za měsíc	-----	14 404	9 824	-33 846	-33 846	-1 691	30 744	39 904	5 299	39 904	26 164	39 904	39 904	
Hotovost kumulovaná	41 778	56 182	66 006	32 160	-1 686	-3 377	27 367	67 271	72 570	112 474	138 638	178 542	218 446	218 446

Cash flow 2016/2017

Měsíc	Před započítím činnosti	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	Celkem období
	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Příjmy	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Příjmy za výrobky a služby		161 955	161 955	108 015	108 015	143 915	179 845	179 845	143 915	179 845	179 845	179 845	179 845	1 906 840
Peníze k dispozici	218 446													218 446
Celkem příjmy	218 446	161 955	161 955	108 015	108 015	143 915	179 845	179 845	143 915	179 845	179 845	179 845	179 845	2 125 286
Výdaje	Skutečnost	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	Plán	
Mzda zaměstnanců		46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	46 500	558 000
Sociální a zdravotní pojištění za zaměstnance		15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	15 810	189 720
Platby nájemného		21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	21 500	258 000
Spotřeba energie + voda + odpady		10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	10 500	126 000
Telefon, internet		930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	11 160
Spotřeba režijního materiálu									500					500
Výdaje na změnu stavu zásob zboží a mat.					4 580		18 320							22 900
Výdaje na propagaci - web.	1 200													1 200
Poplatky OSA (autorské poplatky)	10 248													10 248
Výdaje na likvidaci odpadu		620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	620	7 440
Splátky úvěru - Česká spořitelna		34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	34 341	412 092
Poplatky k zřízení úvěru		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600
Celkem výdaje	11 448	130 501	130 501	130 501	135 081	130 501	148 821	130 501	131 001	130 501	130 501	130 501	130 501	1 600 860
Hotovost za měsíc	-----	31 454	31 454	-22 486	-27 066	13 414	31 024	49 344	12 914	49 344	49 344	49 344	49 344	
Hotovost kumulovaná	206 998	238 452	269 906	247 420	220 354	233 768	264 792	314 136	327 050	376 394	425 738	475 082	524 426	524 426

Vyčíslení tržeb 2013/2014

Měsíc od zahájení podnikání			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Kalendářní měsíc			5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4
Koeficient sezónnosti			0,9	0,9	0,6	0,6	0,8	1	1	0,8	1	1	1	1
Koeficient nárustu po zahájení			0,1	0,2	0,25	0,35	0,35	0,45	0,45	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6
Počet osob na měsíc dle tréninkového plánu			1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365
Dny v měsíci po odečtení svátků a dovolené			30	30	31	26	30	30	30	25	30	28	31	29
Návštěvnost za daný měsíc			123	246	205	287	382	614	614	546	683	819	819	819
Reprezentant	Prodejní cena vč.DPH	%rozdělení	Příjmy za měsíc											
<i>Studenti</i>	120 Kč	52	7 680	15 360	12 840	17 880	23 880	38 280	38 280	34 080	42 600	51 120	51 120	51 120
<i>Dospělí</i>	150 Kč	48	8 850	17 700	14 700	20 700	27 450	44 250	44 250	39 300	49 200	58 950	58 950	58 950
<i>Nápoj</i>	5 Kč		525	1 050	875	1 220	1 625	2 610	2 610	2 325	2 905	3 485	3 485	3 485
Příjem v daném období			17 055	34 110	28 415	39 800	52 955	85 140	85 140	75 705	94 705	113 555	113 555	113 555

Vyčíslení tržeb 2014/2015

Měsíc od zahájení podnikání			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Kalendářní měsíc			5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4
Koeficient sezónnosti			0,9	0,9	0,6	0,6	0,8	1	1	0,8	1	1	1	1
Koeficient nárustu po zahájení			0,6	0,6	0,6	0,65	0,65	0,7	0,75	0,8	0,8	0,8	0,85	0,85
Počet osob na měsíc dle tréninkového plánu			1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365
Dny v měsíci po odečtení svátků a dovolené			30	30	31	26	30	30	30	25	30	28	31	29
Návštěvnost za daný měsíc			738	738	492	533	710	956	1024	874	1092	1092	1161	1161
Reprezentant	Prodejní cena vč.DPH	%rozdělení	Příjmy za měsíc											
<i>Studenti</i>	120 Kč	52	46 080	46 080	30 720	33 240	44 280	59 640	63 840	54 480	68 160	68 160	72 480	72 480
<i>Dospělí</i>	150 Kč	48	53 100	53 100	35 400	38 400	51 150	68 850	73 800	63 000	78 600	78 600	83 550	83 550
<i>Nápoj</i>	5 Kč		3 140	3 140	2 095	2 270	3 020	4 065	4 355	3 715	4 645	4 645	4 935	4 935
Příjem v daném období			102 320	102 320	68 215	73 910	98 450	132 555	141 995	121 195	151 405	151 405	160 965	160 965

Vyčíslení tržeb 2015/2016

Měsíc od zahájení podnikání			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Kalendářní měsíc			5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4
Koeficient sezónnosti			0,9	0,9	0,6	0,6	0,8	1	1	0,8	1	1	1	1
Koeficient nárůstu po zahájení			0,85	0,85	0,85	0,85	0,85	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Počet osob na měsíc dle tréninkového plánu			1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365
Dny v měsíci po odečtení svátků a dovolené			30	30	31	26	30	30	30	25	30	28	31	29
Návštěvnost za daný měsíc			1045	1045	697	697	929	1229	1229	983	1229	1229	1229	1229
Reprezentant	Prodejní cena vč.DPH	%rozdělení	Příjmy za měsíc											
<i>Studenti</i>	120 Kč	52	65 160	65 160	43 440	43 440	57 960	76 680	76 680	61 320	76 680	76 680	76 680	76 680
<i>Dospělí</i>	150 Kč	48	75 300	75 300	50 250	50 250	66 900	88 500	88 500	70 800	88 500	88 500	88 500	88 500
<i>Nápoj</i>	5 Kč		4 445	4 445	2 965	2 965	3 950	5 225	5 225	4 180	5 225	5 225	5 225	5 225
Příjem v daném období			144 905	144 905	96 655	96 655	128 810	170 405	170 405	136 300	170 405	170 405	170 405	170 405

Vyčíslení tržeb 2016/2017

Měsíc od zahájení podnikání			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Kalendářní měsíc			5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4
Koeficient sezónnosti			0,9	0,9	0,6	0,6	0,8	1	1	0,8	1	1	1	1
Koeficient nárůstu po zahájení			0,95	0,95	0,95	0,95	0,95	0,95	0,95	0,95	0,95	0,95	0,95	0,95
Počet osob na měsíc dle tréninkového plánu			1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365	1365
Dny v měsíci po odečtení svátků a dovolené			30	30	31	26	30	30	30	25	30	28	31	29
Návštěvnost za daný měsíc			1168	1168	779	779	1038	1297	1297	1038	1297	1297	1297	1297
Reprezentant	Prodejní cena vč.DPH	%rozdělení	Příjmy za měsíc											
<i>Studenti</i>	120 Kč	52	72 840	72 840	48 600	48 600	64 800	80 880	80 880	64 800	80 880	80 880	80 880	80 880
<i>Dospělí</i>	150 Kč	48	84 150	84 150	56 100	56 100	74 700	93 450	93 450	74 700	93 450	93 450	93 450	93 450
<i>Nápoj</i>	5 Kč		4 965	4 965	3 315	3 315	4 415	5 515	5 515	4 415	5 515	5 515	5 515	5 515
Příjem v daném období			161 955	161 955	108 015	108 015	143 915	179 845	179 845	143 915	179 845	179 845	179 845	179 845