



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ  
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODIKATELSKÁ  
ÚSTAV MANAGEMENTU

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUT OF MANAGEMENT

## PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR BUSINESS PLAN

DIPLOMOVÁ PRÁCE  
MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE  
AUTHOR

Bc. EVA KOPEČNÁ

VEDOUCÍ PRÁCE  
SUPERVISOR

Ing. TOMÁŠ HERALECKÝ, Ph.D.

BRNO 2011

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Bc. Eva Kopečná**

---

Řízení a ekonomika podniku (6208T097)

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

**Podnikatelský záměr**

v anglickém jazyce:

**Business Plan**

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy



---

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

Seznam odborné literatury:

- FOTR, J., SOUČEK, I. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.  
KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.  
KORÁB, V., MIHALSKO, M., VAŠKOVIČOVÁ, J. Založení a řízení podniků. 2. vyd. Brno : Akademické nakladatelství CERM, 2008. 155 s. ISBN 978-80-214-3792-0.  
KOZEL, R a kol. Moderní marketingový výzkum. Praha : Grada Publishing, 2006. 277 s. ISBN 802470966X.  
ZICHOVÁ, J., Živnostenské podnikání. Ostrava : KEY Publishing, 2008. 196 s. ISBN 978-80-7418-001-9.

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

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2010/11.



PhDr. Martina Rašticová, Ph.D.  
Ředitel ústavu

doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA  
Děkanka

V Brně, dne 25.3.2011

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá problematikou založení motokárové dráhy spolu s barem ve vybrané lokalitě. V první části jsou shrnuta teoretická východiska potřebná pro zpracování práce. Druhá část obsahuje praktické řešení podnikatelského záměru. Práce vychází z analýzy konkurence a trhu, potenciálních zákazníků a také marketingového průzkumu. Výstupem je ucelený projekt k založení motokárové dráhy provozované společně s barem.

## **Abstract**

The diploma thesis deals with possibility of establishing a kart's race with a bar in the selected location. There are theoretical background needed for processing work at the first part. The second part contains practical solutions for business plan. The thesis is based on competition and market analysis, potential customers and marketing research. The result is a comprehensive project to establish the kart's track with the bar.

## **Klíčová slova**

Podnikatelský záměr, založení společnosti, karting, strategie, finanční plán, konkurence, zákazník

## **Key words**

Business plan, company foundation, karting, strategy, financial plan, competition, customer

## **Bibliografická citace**

KOPEČNÁ, E. *Podnikatelský záměr*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2011. 95 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D..

## **Čestné prohlášení**

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

V Brně dne 24. května 2010

.....

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucímu své diplomové práce panu Ing. Tomáši Heraleckému, Ph.D. za metodické pokyny, cenné náměty, rady, připomínky a čas, který mi věnoval během zpracování této diplomové práce. Také bych chtěla poděkovat mé rodině za to, že mi umožnili studium na vysoké škole a za jejich podporu, které se mi od nich během studia dostávalo.

# Obsah

|                                                       |           |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Úvod .....</b>                                     | <b>11</b> |
| <b>1 Vymezení problému a cíl práce .....</b>          | <b>13</b> |
| <b>2 Teoretická východiska práce .....</b>            | <b>15</b> |
| 2.1 Pojmy podnikání, podnikatel a další .....         | 15        |
| 2.2 Právní formy podnikání.....                       | 17        |
| 2.2.1 Fyzická osoba - živnost.....                    | 17        |
| 2.2.2 Právnícká osoba – obchodní společnosti .....    | 19        |
| 2.2.3 Společnosti s ručením omezeným.....             | 20        |
| 2.3 Podnikatelský záměr .....                         | 22        |
| 2.3.1 Požadavky na podnikatelský záměr.....           | 23        |
| 2.4 Struktura podnikatelského plánu.....              | 24        |
| 2.4.1 Titulní strana .....                            | 24        |
| 2.4.2 Exekutivní souhrn.....                          | 25        |
| 2.4.3 Popis podniku .....                             | 25        |
| 2.4.4 Externí prostředí – trh.....                    | 25        |
| 2.4.5 Marketingový plán.....                          | 26        |
| 2.4.6 Operační plán.....                              | 28        |
| 2.4.7 Personální zdroje.....                          | 28        |
| 2.4.8 Finanční plán.....                              | 28        |
| 2.4.9 Hodnocení rizik.....                            | 31        |
| 2.4.10 Přílohy.....                                   | 32        |
| 2.5 Hodnocení financování podnikatelského plánu ..... | 32        |
| 2.5.1 Ukazatele rentability .....                     | 33        |
| 2.5.2 Doba návratnosti investic.....                  | 34        |
| 2.5.3 Čistá současná hodnota .....                    | 34        |
| 2.6 Pojem karting .....                               | 36        |
| <b>3 Analýza současného stavu.....</b>                | <b>39</b> |
| 3.1 Analýza trhu .....                                | 39        |
| 3.2 Analýza zákazníků .....                           | 40        |
| 3.3 Marketingový průzkum.....                         | 40        |



|          |                                                          |           |
|----------|----------------------------------------------------------|-----------|
| 3.4      | SLEPT analýza.....                                       | 47        |
| 3.4.1    | Sociální faktory.....                                    | 47        |
| 3.4.2    | Legislativní faktory.....                                | 49        |
| 3.4.3    | Ekonomické faktory.....                                  | 50        |
| 3.4.4    | Politické faktory.....                                   | 53        |
| 3.4.5    | Technologické faktory .....                              | 53        |
| 3.5      | Porterův model konkurenčních sil .....                   | 54        |
| 3.5.1    | Ohrožení ze strany vstupu nové konkurence .....          | 54        |
| 3.5.2    | Vyjednávací síla dodavatelů .....                        | 54        |
| 3.5.3    | Vyjednávací síla odběratelů.....                         | 55        |
| 3.5.4    | Hrozba substitutů .....                                  | 55        |
| 3.5.5    | Rivalita mezi stávajícími konkurenty .....               | 56        |
| 3.6      | Analýza konkurence.....                                  | 56        |
| 3.7      | SWOT analýza .....                                       | 57        |
| <b>4</b> | <b>Návrh podnikatelského záměru .....</b>                | <b>59</b> |
| 4.1      | Volba právní formy podnikání a založení společnosti..... | 59        |
| 4.2      | Popis podniku.....                                       | 61        |
| 4.2.1    | Stručná charakteristika.....                             | 61        |
| 4.2.2    | Zařízení provozovny .....                                | 62        |
| 4.3      | Marketingový plán .....                                  | 63        |
| 4.3.1    | Product.....                                             | 63        |
| 4.3.2    | Cena .....                                               | 65        |
| 4.3.3    | Umístění.....                                            | 66        |
| 4.3.4    | Propagace.....                                           | 67        |
| 4.4      | Personální zajištění.....                                | 68        |
| 4.5      | Investiční náklady podnikatelského záměru .....          | 70        |
| 4.5.1    | Shodné investiční náklady pro variantu 1 i 2.....        | 70        |
| 4.5.2    | Návrh varianty 1 .....                                   | 71        |
| 4.5.3    | Návrh varianty 2 .....                                   | 72        |
| 4.5.4    | Volba vhodnější varianty .....                           | 72        |
| 4.6      | Finanční plán.....                                       | 73        |
| 4.6.1    | Financování projektu .....                               | 73        |

|                                      |                                                    |           |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------|
| 4.6.2                                | Předpokládané provozní náklady .....               | 76        |
| 4.6.3                                | Předpokládané tržby .....                          | 78        |
| 4.6.4                                | Předpokládané cash-flow .....                      | 79        |
| 4.7                                  | Ekonomické ukazatele .....                         | 81        |
| 4.7.1                                | Čistá současná hodnota a doba návratnosti.....     | 81        |
| 4.7.2                                | Ukazatelé rentability .....                        | 82        |
| 4.8                                  | Harmonogram realizace podnikatelského záměru ..... | 82        |
| 4.9                                  | Analýza rizik .....                                | 83        |
| 4.9.1                                | Identifikace rizik .....                           | 83        |
| 4.9.2                                | Strategie zvládnutí rizik .....                    | 85        |
| 4.10                                 | Strategie do budoucna .....                        | 86        |
| <b>Závěr .....</b>                   |                                                    | <b>88</b> |
| <b>Seznam použitých zdrojů .....</b> |                                                    | <b>90</b> |
| <b>Seznam tabulek .....</b>          |                                                    | <b>93</b> |
| <b>Seznam grafů.....</b>             |                                                    | <b>94</b> |
| <b>Seznam obrázků .....</b>          |                                                    | <b>94</b> |
| <b>Seznam příloh.....</b>            |                                                    | <b>95</b> |

## Úvod

Podnikání by se dalo definovat jako činnost, jako metoda a také jako životní styl. Podnikání podporuje hospodářský rozvoj, nelze ho ovšem zužovat pouze na růst produkce a příjmů na obyvatele, ale znamená také iniciování změn ve struktuře podnikání jako takového, tak i v rámci společnosti jako celku. Zkušenosti vycházející z minulých let ukázaly, že může existovat ekonomický systém bez soukromého vlastnictví a s minimální podnikatelskou aktivitou. Zároveň ale také ukázaly časovou omezenost, dočasnost fungování tohoto systému pro jeho nízkou ekonomickou výkonnost, nízkou kvalitu služeb, nízkou úroveň inovací, konkurenceschopnosti atd. Navíc v posledních letech národní ekonomiky založené na podnikavosti dosáhly pozitivních výsledků jako nikdy v minulosti.

Někteří současní autoři se o podnikání zmiňují také jako o význačném mimoekonomickém faktoru růstu, jiní dokonce jako o čtvrtém ekonomickém zdroji. Tři základní zdroje – půda, práce a kapitál - se ukazují produktivními pouze tehdy, když jsou kombinované racionálním a užitečným způsobem, tj. funkcí čtvrtého ekonomického zdroje – podnikání. Vedle ekonomické úlohy, má podnikání také úlohu sociální, která může v určitém čase nebo v určitém regionu hrát ještě významnější roli.

Za úspěchem výkonnosti ekonomiky stojí tedy podnikavost, inovace a také rostoucí úloha malých a středních podniků. Malé a střední podniky tvoří pracovní příležitosti v první řadě ve službách, obchodu a řemesle tím, že formují velkou skupinu podnikatelů a i přes velká rizika, které s sebou podnikání přináší, začíná s podnikáním každý rok velké množství lidí. Každý z nových podniků vzniká na základě individuálního procesu spočívajícím v lidském uvažování. Tento proces představuje přesun od stávajícího životního stylu k jinému, ve všech ohledech ovlivněnému založením nového podnikání. Jde o zásadní změnu dosavadního způsobu života – pracovního i osobního.

Jedním z pilířů úspěšného podnikání, ať už pro začínajícího či zkušeného podnikatele, je podnikatelský záměr. Tento záměr slouží k tomu, aby si podnikatel srovnal představy o podnikání s realitou, identifikoval rozpory mezi nimi a objasnil je. Porovnání představ

s realitou je možné díky tomu, že podnikatelský záměr obsahuje všechny podstatné informace o zvoleném podniku a o daném podnikání jako je:

- ujasnění cílů podnikání a strategie vedoucí k jejich dosažení,
- analyzování trhu, konkurence a definování cílové skupiny zákazníků,
- specifikování sortimentu nabízených výrobků či služeb,
- vyřešení majetkových a personálních otázek,
- vyčíslení finančního plánu – výpočet předpokládaných nákladů, predikce tržeb, způsob financování.

# 1 Vymezení problému a cíl práce

Cílem této diplomové práce je identifikace podnikatelských příležitostí v odvětví volnočasových aktivit konkrétně v oblasti kartingového (motokárového) sportu a poté následné zpracování návrhu podnikatelského záměru pro založení kryté motokárové dráhy společně s barem ve městě Prostějov (Olomoucký kraj), který by mohl mít reálný předpoklad pro uplatnění se na současném trhu. V práci budu vycházet ze shromážděných informací a z analýzy současného stavu.

Práce bude rozdělena do čtyř přehledných kapitol. První kapitola se soustředí na vymezení cílů, problematiky a metod práce.

Druhá kapitola se bude týkat teoretického rámce potřebného k vypracování této práce. Budu se v ní zabývat vymezením pojmů týkající se podnikání, právní formy podnikání, dále se zaměřím na strukturu podnikatelského záměru, zhodnocení financování podnikatelského záměru a v neposlední řadě definuji pojem karting. Tyto poznatky vyplývají z nastudování odborné literatury a příslušných zákonů České republiky, které jsou pro podnikání nezbytné.

Třetí a čtvrtá kapitola se již bude věnovat problematice založení podniku. V třetí kapitole se zaměřím na analýzu současného stavu formou analýzy obecného a oborového prostředí, také se zaměřím na analýzu stávající konkurence a vymezení cílového segmentu zákazníků. Významnou součástí této kapitoly bude tvořit provedený marketingový průzkum k založení dané motokárové dráhy společně s barem pro identifikaci zájmu o tento typ podniku a také pro zjištění potřeb a požadavků zákazníků.

V poslední kapitole se pak věnuji zpracování konkrétního návrhu podnikatelského záměru. Pro realizaci budou vymezeny dvě možné varianty řešení. U první varianty se bude jednat o koupi existujícího objektu a jeho následné rekonstrukce a u druhé o možnosti pronájmu objektu a jeho následné úpravy. V rámci podnikatelského záměru budou vyčísleny investiční náklady jednotlivých variant a poté zvolena výhodnější varianta pro realizaci. Další části, kterým se kapitola bude věnovat je popis podniku, stanovení marketingového plánu, personální zajištění, časový harmonogram, analýza rizik a možnosti financování. Důležitým prvkem kapitoly bude vyčíslení

pravděpodobných nákladů, předpokládaných tržeb, cash-flow a poté zhodnocení vybranými ekonomickými ukazateli, které hodnotí celkový projekt a jeho výhodnost.

Při psaní práce budou využity metody analýzy, dedukce a indukce a srovnávací metody. Pro analýzu obecného prostředí využiji SLEPT analýzu, pro analýzu oborového prostředí poslouží Porterův model konkurenčních sil. Výsledkem těchto analýz a sběru dalších dat bude SWOT analýza. Výstupem práce by měl být ucelený a hlavně realizovatelný podnikatelský záměr.

## 2 Teoretická východiska práce

Obsahem této kapitoly je vysvětlení základních teoretických pojmů, které jsou potřebné k vypracování diplomové práce. V první části teoretických východisek budou definovány pojmy týkající se podnikání, právní formy podnikání, v druhé části poté postup k správnému sestavení podnikatelského záměru a v části poslední bude následovat definování pojmu karting.

### 2.1 Pojmy podnikání, podnikatel a další

**Podnikání** se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.<sup>1</sup>

**Soustavná činnost** – za tu lze považovat takovou, která není pouze příležitostná. Lze za ni však považovat i to, když je podnikatel zaměstnán a podniká pouze ve svém volném času, nebo podniká v určité roční době. Podnikáním je i činnost prováděná několikrát do roka, s úmyslem ji opakovat.<sup>2</sup>

**Vlastní jméno** – podnikatel provádí svoji činnost pod jménem a je-li zapsán do obchodního rejstříku, pod názvem firmy. Nelze tedy podnikat na někoho jiného.<sup>3</sup>

**Vlastní odpovědnost** – je důležitým rysem podnikání, nelze se zbavit rizika a odpovědnosti vyplývající z podnikání. Podnikatel – fyzická osoba odpovídá za veškeré závazky vyplývající z jeho podnikání celým svým majetkem. To znamená ne pouze obchodním, ale i určeným pro vlastní potřebu. Slovo odpovídá, má v této souvislosti tvrdší význam, než slovo ručí. Např. společníci společnosti s ručením omezeným za závazky společnosti pouze ručí, a to pouze do výše svých nesplacených vkladů.<sup>4</sup>

**Dosažení zisku** – je hlavním cílem podnikatelského snažení. Za podnikání se obecně považuje i to, když hospodaření skončí ztrátou, nelze z toho však vyvozovat, že právě ztráta je smyslem podnikání. Smyslem je neustálý růst hodnoty firmy a to bez

---

<sup>1</sup> Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění

<sup>2</sup> tamtéž

<sup>3</sup> tamtéž

<sup>4</sup> tamtéž

dosahovaných zisků není možné. Pokud není úmyslem podnikatele dosahovat zisku, nejedná se o podnikání.<sup>5</sup>

**Podnikatel** - původ slova podnikatel tedy „entrepreneur“ je z francouzštiny ve významu „zprostředkovatel, prostředník“, datuje se již od středověku, kdy tento pojem znamenal účastníka a osobu, která zodpovídala za velké projekty. Žádná všeobecná definice podnikatele i podnikání se zatím neobjevila. Podle Zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku, v platném znění je podnikatelem:

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.

**Podnikem** se pro účely obchodního zákoníku rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit.<sup>6</sup>

**Cíl podnikání** - pro podnikatelské subjekty lze zřejmě základní dlouhodobý cíl spatřovat v obecném záměru „vydělávat peníze“. Tento lapidárně stanovený záměr může mít řadu konkrétních podob, které mohou být určitými podnikateli či vlastníky upřednostňovány:

- zhodnocení vložených prostředků – jedná se zpravidla o dlouhodobý cíl, investované prostředky podnikáním zhodnotit, jinými slovy řečeno získat po letech více prostředků než bylo vloženo do firmy na jejím počátku nebo i v průběhu podnikání,
- krátkodobé ekonomické přínosy – představují velikost finančních prostředků, které vynáší podnikání v krátkodobém časovém horizontu.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění

<sup>6</sup> tamtéž

<sup>7</sup> VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*, 2008. s. 122



## 2.2 Právní formy podnikání

Správný výběr právní formy podnikání tvoří jedno z nejdůležitějších rozhodnutí. Jedná se o strategické rozhodnutí tedy dlouhodobého charakteru, a proto je nutno si ho velice důkladně promyslet.

Kritéria, která je třeba zvážit:

- způsob a rozsah ručení,
- nároky na základní kapitál,
- oprávnění k řízení,
- daňové zatížení,
- počet zakladatelů,
- účast na zisku či ztrátě,
- finanční možnosti - zvláště přístup k cizím zdrojům.

V České republice jsou běžné tyto formy podnikání:

1. fyzická osoba – OSVČ – kde podnikatel podniká na základě živnostenského oprávnění dle Živnostenského zákona nebo na základě jiného oprávnění dle jiných zákonů,
2. právnická osoba - uměle vytvořený subjekt, který v právních vztazích vystupuje a jedná jako člověk. Právnickými osobami jsou pouze takové organizace, které vznikly zákonným způsobem. Dělení:
  - obchodní společnosti,
  - družstva,
  - sdružení.

### 2.2.1 Fyzická osoba - živnost

Právo každého podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost, stejně jako právo vlastnit majetek, je zakotveno již v článku 26 Listiny základních práv a svobod, která tvoří součást ústavního pořádku České republiky. Podmínky a omezení pro výkon určitých činností může stanovit pouze zákon, a to Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v platném znění. Zákon je průběžně novelizován, za jeho

existence již proběhlo desítky novelizací. Posle poslední novely k 1. 8. 2010 nabývá účinnosti zákon č. 155/2010 Sb., který v části šesté mění živnostenský zákon. Uvedenou novelou se redukuje ohlašovací údaje a povinnosti podnikatele.

Dle živnostenského zákona je živnost definována jako soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.<sup>8</sup>

Tato definice se uváděnými znaky shoduje s definicí podnikání podle obchodního zákoníku. Působnost živnostenského zákona je však užší v důsledku vazby na podmínky stanovené v živnostenském zákoně a nezahrnuje tak podnikání na základě jiného než živnostenského oprávnění.

Zahájení této činnosti je jednoduché, nenáročné. V rámci České republiky se jedná o nejrozšířenější formu podnikání. Podmínky jejího provozování nejsou složité a pro většinu podnikatelů lehce splnitelné.

Všeobecné podmínky provozování živnosti:

- a) dosažení věku 18 let,
- b) způsobilost k právním úkonům,
- c) bezúhonnost – prokazuje se výpisem z evidence Rejstříku trestů,
- d) předložení dokladu o tom, že fyzická osoba, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala, nemá daňové nedoplatky - doklad vyhotoví místně příslušný finanční úřad,
- e) předložení dokladu o tom, že fyzická osoba, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala, nemá nedoplatky na platbách pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti.<sup>9</sup>

Zvláštními podmínkami provozování živnosti je odborná nebo jiná způsobilost, pokud je živnostenský zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v platném znění

<sup>9</sup> tamtéž

<sup>10</sup> tamtéž

### 2.2.2 Právní osoba – obchodní společnosti

Obchodní společností je právnická osoba založená za účelem podnikání. Dělí se na osobní, což znamená osobní účast společníků na podnikání společnosti, a na kapitálové, které se vyznačují majetkovou účastí společníků na podnikání. Dále se člení na:

- osobní
  - veřejná obchodní společnost (v.o.s.)
  - komanditní společnost (k.s.)
- kapitálové
  - společnosti s ručením omezeným (s.r.o.)
  - akciová společnost (a.s.)

Tabulka č. 1: Právní formy podnikání

|                          | Osobní společnost                |                                                                                  |                                           | Kapitálová společnost                                                        |                                                                                   |
|--------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|                          | Živnost                          | Komanditní společnost                                                            | Veřejná obchodní společnost               | Společnost s ručením omezeným                                                | Akciová společnost                                                                |
| <b>Založení</b>          | 1 osoba                          | min. 2 osoby (komplementář a komanditista)                                       | min. 2 osoby                              | 1-50 osob                                                                    | min. 1 PO nebo 2 FO                                                               |
| <b>Statutární orgány</b> | podnikatel                       | komplementáři                                                                    | každý společník                           | jednatelé                                                                    | představenstvo                                                                    |
| <b>Základní kapitál</b>  | není stanoven povinný vklad      | komanditista 5000,-                                                              | není stanoven povinný vklad               | min. 200 000,- (každý společník min. 20000,-)                                | bez veřejného úpisu akcií min. 2 mil. Kč, s veřejným úpisem akcií min. 20 mil. Kč |
| <b>Způsob ručení</b>     | neomezeně, celým svým majetkem   | komplementář celým svým majetkem, komanditista do výše svého nesplaceného vkladu | společně a nerozdílně celým svým majetkem | společnost celým svým majetkem, společníci do výše svých nesplacených vkladů | společnost celým svým majetkem, akcionáři za závazky neručí                       |
| <b>Účast na zisku</b>    | vše pro podnikatele (po zdanění) | stejný díl pro komanditisty a komplementáře, komanditisté dle výše vkladu        | mezi společníky stejným dílem             | podle vkladu                                                                 | podle rozhodnutí valné hromady                                                    |

Zdroj: Vlastní zpracování podle BusinessInfo.cz [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z: <<http://www.businessinfo.cz/>>

Vzhledem k uvažovanému typu podnikání v tomto podnikatelském záměru se budu dále zabývat pouze **společnostmi s ručením omezeným**.

### 2.2.3 Společnosti s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je nejjednodušším typem kapitálových společností, přestože obsahuje mnoho prvků osobní společnosti. Právní úprava společnosti s ručením omezeným vychází především z obchodního zákoníku.<sup>11</sup>

Minimální základní kapitál společnosti je 200 000 Kč. Na základním kapitálu společnosti se může každý společník účastnit pouze jedním vkladem. Výše vkladu společníka musí činit alespoň 20 000 Kč. Výše vkladu může být pro společníky stanovena rozdílně, musí však být dělitelná na celé tisíce. Celková výše vkladů musí souhlasit s výší základního kapitálu společnosti. Před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku musí být splaceno celé emisní ážio a na každý peněžitý vklad musí být splaceno nejméně 30% (celkem min. 100 000 Kč).<sup>12</sup>

K 1. lednu 2001 došlo při novelizaci k významné změně, která ovšem nebyla často podnikateli vůbec zaznamenána. Společníci už neručí pouze do výše svého nesplaceného vkladu, ale nyní ručí solidárně do výše souhrnu všech nesplacených vkladů.

Statutárním orgánem společnosti je jeden nebo více jednatelů, každý z nich je oprávněn jednat jménem společnosti samostatně, pokud společenská smlouva nestanoví jinak. Jednatelé nesou veškerou právní odpovědnost za chod společnosti, dále za vedení účetnictví, povinnosti vůči úřadům atd. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada.

Společnost s ručením omezeným je nejrozšířenějším typem obchodní společnosti v České republice. Její výhoda spočívá v omezeném ručení za závazky společnosti, relativně nízké hodnotě minimálního základního jmění a malé administrativní náročnosti. Jistým způsobem společnost s ručením omezeným subjektivně posunuje úroveň podnikání od fyzické osoby výše k profesionálnějšímu přístupu.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup>BusinessInfo.cz [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-12].

Dostupné z: < <http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/shrnuti.aspx> >

<sup>12</sup> tamtéž

<sup>13</sup> tamtéž

### **Deset kroků k s.r.o.**

1. Výpisy z rejstříku trestů budoucích jednatelů
2. Doklady od finančního úřadu o nedoplatecích daní společníků
3. Čestné prohlášení a podpisové vzory (notářsky ověřené) budoucích jednatelů
4. Stanovení sídla společnosti (např. sepsání nájemní smlouvy o užívání nebytových prostor, pak pronajímatel musí doložit doklad o vlastnictví výpisem z katastru nemovitostí)
5. Na první valné hromadě se mezi jednatelem dohodne obsah společenské smlouvy, její sepsání a ověření notářem
6. Založení účtu v bance na složení základního kapitálu (banka obvykle vyžaduje originál společenské smlouvy), banka pak vydá písemné prohlášení o splácení vkladů jednotlivými společníky.
7. Na živnostenském úřadě se musí ohlásit živnosti a požádat o udělení koncese
8. Do 90-ti dnů od založení se musí podat návrh na zápis do obchodního rejstříku.

Návrh musí obsahovat tyto přílohy:

- 2x společenskou smlouvu ve formě notářského zápisu,
  - potvrzení správce vkladu o složení vkladů,
  - doklad od banky o složení vkladu,
  - ověřené kopie živnostenských listů,
  - doklad o právním titulu užívání nemovitosti – nájemní smlouva,
  - čestné prohlášení jednatelů a podpisové vzory,
  - výpisy z rejstříků trestů jednatelů,
  - kolková známka ve výši 5.000 Kč.
9. Do 8 dnů po zápisu společnosti do obchodního rejstříku (ten stále ještě trvá i několik měsíců) je nutno se zaregistrovat u Správy sociálního zabezpečení a u zdravotní pojišťovny
  10. Do 30-ti dnů se musí nově vzniklá společnost zaregistrovat na finančním úřadu.

Právní úprava – Obchodní zákoník (§ 105 – 153e)<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Podnikání [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z <<http://www.czech.cz/cz/66346-jak-zalozit-spolecnost-s-rucnim-omezenym/>>

## 2.3 Podnikatelský záměr

### Co je to podnikatelský záměr?

Podnikatelský záměr neboli plán či projekt, je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny podstatné vnější i vnitřní faktory, které souvisejí se založením nového podniku. Často se o něm mluví také jako o herním plánu nebo o autoatlasu, obsahujícím odpovědi na otázky typu: kde jsem, kam jedu a jak se tam dostanu.

Podnikatelský plán se vypracovává nejenom při zakládání nové firmy, ale také ve všech případech, kdy již fungující firma chce např. realizovat větší investiční záměr a bude žádat o úvěr. Banky v zájmu návratnosti poskytnutí úvěru a snížení rizika, prověřují žadatele o úvěr a jejich podnikatelské plány velmi podrobně. Stejně se chovají i další investoři, kteří se rozhodují, zda investovat do založení a rozvoje firmy či nikoliv.<sup>15</sup>

Podnikatelský plán by měl zpracovávat sám podnikatel, i když s při jeho přípravě může radit s mnoha jinými osobami.

### Kdo by si měl založit svůj vlastní podnik?

Dosavadní průzkumy ukazují, že by se 85% obyvatelstva chtělo osamostatnit. Hnacím motorem tohoto přání je touha být si sám šéfem, touha po nezávislosti. Jelikož neexistuje žádné objektivní měřítko, na jehož základě by mohl člověk zjistit, zda by mohl být úspěšným podnikatelem, musí si každý pečlivě zvážit svou situaci a popř. použít metody či modely sebehodnocení.

### Proč psát podnikatelský plán?

Podnikatelský plán má zpravidla dvojí využití – interní a externí. Interní - je to druh určitého vnitřního dokumentu, který slouží jako základ vlastního řízení firmy. Externí – uplatnění podnikatelského plánu, jestliže firma hodlá financovat investiční program zčásti nebo zcela pomocí cizího kapitálu.

---

<sup>15</sup> ZICHOVÁ, J., *Živnostenské podnikání*. 2008. s. 48

### 2.3.1 Požadavky na podnikatelský záměr

Zpracovaný podnikatelský plán by měl splňovat určité požadavky, a to:

- být stručný a přehledný – do 50-ti stran,
- být jednoduchý – nezacházet do technických a technologických detailů,
- demonstrovat výhody produktu či služby pro uživatele resp. zákazníka,
- orientovat se na budoucnost – na vystižení trendů, zpracování prognóz a na jejich využití,
- být co nejvěrohodnější a realistický,
- nebýt příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu,
- nebýt však ani příliš pesimistický,
- nezakrývat slabá místa a rizika projektu,
- upozornit na konkurenční výhody projektu, na silné stránky firmy a na kompetenci manažerského týmu,
- prokázat schopnosti firmy hradit úroky a splátky,
- prokázat, jak může investor získat zpět vynaložený a zhodnocený kapitál,
- být zpracován kvalitně i po formální stránce.<sup>16</sup>

Kvalita přípravy projektu se projeví příznivě tím, že:

- zvyšuje naději úspěchu,
- snižuje podstatně nebezpečí takového neúspěchu projektu, který by vážně ohrozil finanční stabilitu firmy a případně i samou její existenci.<sup>17</sup>

Podnikatelský plán je živý a vyvíjející se dokument, který je nutno neustále adaptovat a upravovat vzhledem k měnícím se podmínkám.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> FOTR, J., SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 2005. s. 309

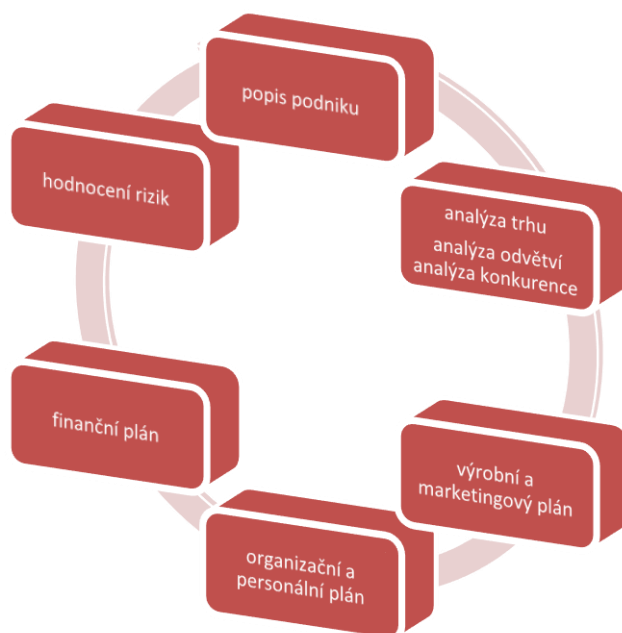
<sup>17</sup> tamtéž, s. 309

<sup>18</sup> tamtéž, s. 310

## 2.4 Struktura podnikatelského plánu

- Titulní strana
- Exekutivní souhrn
- Popis podniku
- Externí prostředí - trh
- Marketingový plán
- Operační plán
- Personální zdroje
- Finanční plán
- Hodnocení rizik
- Přílohy

**Obrázek č. 1: Postup při sestavování podnikatelského záměru**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

### 2.4.1 Titulní strana

Podává stručný výklad obsahu podnikatelského plánu. Obvykle by zde měly být uvedeny údaje jako název a sídlo společnosti, jména podnikatelů a kontakty (telefon, e-



mail), popis podniku a povaha podnikání či způsob financování a jeho struktura. Za titulní stranou by měl být obsah dokumentu včetně identifikace (seznamu) příloh plánu. Kromě toho je možné doplnit do této vstupní části plánu úvod či účel.<sup>19</sup>

#### **2.4.2 Exekutivní souhrn**

Tato část by ve finální podobě měla představovat jakýsi abstrakt celého podnikatelského plánu, tedy měla by čtenáři poskytnout ve stručné, ale velmi hutné formě veškeré důležité a podstatné informace o podnikatelském záměru a charakteru podnikání, na čem vlastně stojí a jaký má cíl nebo cíle, jak a kým bude realizován, co bude stát, co a kdy přinese vlastníkově/investorovi, tedy základní finanční data. Exekutivní souhrn podnikatelského plánu bývá obvykle finalizován, a někdy i celý napsán, až po dokončení podnikatelského plánu.<sup>20</sup>

#### **2.4.3 Popis podniku**

V této části se uvádí podrobný popis podniku, a to zejména zákonná forma podnikání, klíčová živnost, které bude podnik provozovat, ale také popis produktu či služby, organizaci podnikání, podnikovou infrastrukturu (popis typu provozovny, strojního a přístrojového vybavení, počítačového a softwarového vybavení), manažerský tým, organizační strukturu, zaměstnaneckou politiku. V této části by neměla chybět definice dlouhodobého strategického cíle. Vhodné je vypracování nejlepší a nejhorší možné varianty, která může nastat.

#### **2.4.4 Externí prostředí – trh**

V této části je nutno vydefinovat náš potenciální a dostupný trh s jeho základními charakteristikami a trendy, analyzovat konkurenci, dodavatele a (potenciální) zákazníky a následně vymyslet „jak na ně“. Pro analýzu trhu bývají používány analytické nástroje jako SLEPT analýza někdy též PEST (s vynecháním „L“), Porterův model konkurenčních sil, SWOT analýza.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 74

<sup>20</sup> tamtéž, s. 75

<sup>21</sup> tamtéž, s. 80

### 2.4.5 Marketingový plán

Tento plán je strategickým plánem podniku, který naznačuje, jakým způsobem se podnik hodlá prosadit na trhu proti konkurenci. Plán může zohledňovat rozdílný marketing pro období vstupu podniku na trh a jeho etablování se na trhu a následně marketing pro úspěšné fungování již etablovaného podniku na příslušném trhu z dlouhodobého hlediska. Naplnění obou úloh může využívat odlišné marketingové nástroje, které jsou definované v rámci návrhu marketingového mixu 4P.<sup>22</sup>

#### **Marketingový mix**

Marketingový mix bývá definován jako analytický a syntetický (tedy návrhový) nástroj pro formulování strategie podniku.<sup>23</sup>

Jeho základní prvky představují souhrn nástrojů, jejichž prostřednictvím se snaží firma dosáhnout vytyčených cílů na trhu. Použití marketingových nástrojů závisí od povahy produktu, od stádia životního cyklu, ve kterém se produkt nachází, a v neposlední řadě i od výše marketingového rozpočtu.

Pro marketingový mix se často používá zkratka 4 P – podle prvních písmen anglických názvů jednotlivých marketingových nástrojů, které jsou v marketingovém mixu obsaženy. Těmito nástroji jsou:

- Product - výrobek
- Price - cena
- Place – místo, distribuce
- Promotion – propagace, marketingová komunikace

V současné době se můžeme často setkat s tím, že výše uvedený model - 4 P je nahrazován modelem označovaným jako 4 C.

- Produkt - Customer value - Hodnota pro zákazníka
- Price - Customer costs - Náklady
- Place - Convenience - Pohodlí
- Promotion - Communication – Komunikace

---

<sup>22</sup> KORÁB, V., PETERKA, J, REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 82

<sup>23</sup> tamtéž, s. 82

Při bližším pohledu je zřejmé, že se v podstatě jedná o stejné marketingové nástroje, ale nyní nikoli z pohledu firmy, ale z pohledu zákazníka. V dalším textu budu vycházet z původní podoby marketingového mixu 4 P.

### **Produkt nebo služba**

Produkt je v podstatě cokoliv, co je nabízeno na trhu. Malé podniky a jejich produkty často splývají, vnímání podniku je totožné s vnímáním produktu, který podnik nabízí. V rámci produktu nebo služby se vyskytují další proměnné veličiny, které se musí promítnout do marketingového plánu. Jde např. o balení, značku, vzhled výrobku, jeho design (tvar, barva atd.). Každý z těchto prvků může výrobek nebo službu odlišovat od konkurence.<sup>24</sup>

### **Stanovení cen**

Základní podmínkou pro fungování ceny v tržní ekonomice je volnost prodávajícího cenu stanovit. Rozhodování o cenách je jedním z nejsložitějších úkolů, před kterým stojí nový podnik. Při stanovení ceny musí být kromě kvality zohledňovány další faktory jako náklady, slevy, dopravné a další režijní přírážky. Cenová politika musí vzít do úvahy také možné reakce konkurentů, kteří vyrábějí tentýž nebo podobný produkt.<sup>25</sup>

### **Distribuce**

Rozlišujeme dvě verze distribuce:

- přímá – jde o stav, kdy firma dodává produkt nebo službu zákazníkovi přímo bez zprostředkování nějakým mezičlánkem,
- nepřímá – v případě jednoúrovňové se jedná o stav, kdy mezi zákazníkem a výrobcem je jediný mezičlánek, v případě dvojúrovňové se zde nachází více mezičlánků. Klasická dvojúrovňová varianta: výrobce + velkoobchod + maloobchod => zákazník.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> KORÁB, V., MIHALSKO, M., VAŠKOVIČOVÁ, J. *Založení a řízení podniků*. 2008. str. 63

<sup>25</sup> tamtéž, s. 63

<sup>26</sup> tamtéž, s. 63

## **Propagace, marketingová komunikace**

Propagace je nutná jak při vstupu nového produktu či služby na trh, tak i pro udržení tržní pozice a dosažení dlouhodobých cílů projektu. Stimulování čili ovlivňování prodeje lze uskutečnit při zajištění komunikace mezi výrobcem a spotřebitelem. Jde především o působení na spotřebitele takovým způsobem, aby pod vlivem argumentace výrobce dotvářel a případně i měnil své potřeby v souladu s působením výrobce.<sup>27</sup>

### **2.4.6 Operační plán**

Operační plán obecně vzniká na základě rozpracování strategie podnikatelského záměru resp. jeho realizace v čase do podoby operačních detailů a jejich vzájemnou souvislostí a návazností. V operačním plánu jde tedy v podstatě o projektové zpracování realizace podnikatelského plánu, tedy kroků a časového vymezení klíčových činností, aktivit realizace a jejich časových sousledností. K tomuto účelů může sloužit např. tabulka časových milníků pro kritické kroky a fáze realizace podnikatelského plánu, metoda síťových grafů či PERT diagramů apod.<sup>28</sup>

### **2.4.7 Personální zdroje**

Rozsah a důležitost závisí na typu podnikání a předpokládaném rozsahu podniku. Jedná-li se OSVČ postačí informace o vlastníkově či vlastnících, jejich kvalifikace, o zkušenostech a dalším případném potenciálu využitelném pro podnikání. Je-li ale podnikatelský plán určen pro větší společnost, je třeba personální oblast záměru detailně zpracovat – kdo a v jakém počtu bude pokrývat tu či onu specializaci a pracovní pozici, jakou musí mít požadovanou kvalifikaci, jakým způsobem budou na takové pozice pracovníci hledáni a najímáni, jaké budou jejich platy, benefity, tedy celkové osobní náklady.<sup>29</sup>

### **2.4.8 Finanční plán**

Finanční plán je jedním nejdůležitějších a z hlediska náročnosti na zpracování jedním z nejnáročnějších dílčích plánů podniku. Vyplývá to ze skutečnosti, že finanční plán je

---

<sup>27</sup> KORÁB, V., MIHALISKO, M., VAŠKOVIČOVÁ, J. *Založení a řízení podniků*. 2008. str. 63

<sup>28</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 85

<sup>29</sup> tamtéž, s. 87

kvalitativním vyjádřením všech podnikatelských aktivit zaměřených na provoz a růst podniku. Nejprve určíme plán finančních potřeb podniku, dále na základě úsudku o budoucím vývoji sestavíme odhady základních účetních výkazů pro různá období, a to alespoň na tři roky dopředu. Těmito účetními výkazy jsou:

- rozvaha,
- výkaz zisku a ztráty,
- cash flow.

## Rozvaha

Rozvaha je účetní výkaz, který podává v peněžním vyjádření přehled o majetku podniku (aktivech) a zdrojů jeho krytí (pasivech) k určitému datu. Jde tedy o dvojí pohled na majetek, který se označuje jako bilanční princip. Rozvaha musí splňovat základní bilanční rovnici, a to že součet aktiv se rovná součtu pasiv.<sup>30</sup>

**Tabulka č. 2: Struktura rozvahy ve zjednodušené podobě**

| Aktiva                         | Pasiva                                     |
|--------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>Dlouhodobá aktiva</b>       | <b>Vlastní kapitál</b>                     |
| 1. Dlouhodobý nehmotný majetek | 1. Základní kapitál                        |
| 2. Dlouhodobý hmotný majetek   | 2. Kapitálové fondy                        |
| 3. Dlouhodobý finanční majetek | 3. Rezervní fondy a ostatní fondy ze zisku |
|                                | 4. Výsledek hospodaření minulých let       |
|                                | 5. Výsledek hospodaření běžného období     |
| <b>Oběžná aktiva</b>           | <b>Cizí zdroje</b>                         |
| 1. Zásoby                      | 1. Rezervy                                 |
| 2. Dlouhodobé pohledávky       | 2. Dlouhodobé závazky                      |
| 3. Krátkodobé pohledávky       | 3. Krátkodobé závazky                      |
| 4. Krátkodobý finanční majetek | 4. Bankovní úvěry a výpomoci               |
| <b>Časové rozlišení</b>        | <b>Časové rozlišení</b>                    |
| <b>Celková aktiva</b>          | <b>Celková pasiva</b>                      |

*Zdroj: Vlastní zpracování podle KORÁB, V., PETERKA, J, REŽŇÁKOVÁ, M. Podnikatelský plán. 2007. s. 128*

## Výkaz zisku a ztrát

Výkaz zisku a ztrát neboli výsledovka je zprávou o tom, jak fungovala firma za stanovené minulé období, nebo je sestaven na základě odhadovaného průběhu

<sup>30</sup> STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 2007. s. 110

podnikání. Zachycuje obchodní aktivity v pojmech tržby a náklady nutné k jejich dosažení a z toho vyplývající zisk nebo ztrátu. Vykazované období bývá zpravidla jeden rok, v případě zahájení nového podnikání se prognóza může vypracovat i na období delší, alespoň na dva, popřípadě tři roky. Základními položkami jsou:

#### Výnosy

- tržby z obchodní činnosti,
- finanční výnosy, např. úroky, příjmy z cenných papírů apod.,
- mimořádné výnosy, např. náhrady škody.

#### Náklady

- náklady na provozní činnost: spotřeba materiálu, služby, osobní náklady, daně a poplatky, jiné provozní náklady, odpisy, rezervy apod.,
- finanční náklady,
- mimořádné náklady.<sup>31</sup>

Rozdíl mezi výnosy a náklady tvoří hospodářský výsledek, rozlišujeme mezi několika různými kategoriemi zisku:

1. provozní zisk před zdaněním (EBT – Earnings before Taxes),
2. zisk před úroky a zdaněním (EBIT – Earnings before Interest and Taxes),
3. zisk před odpisy, úroky a zdaněním (EBDIT – Earnings before Depreciation, Interest, Taxes),
4. čistý zisk – zisk po zdanění (EAT – Earnings After Taxes).<sup>32</sup>

#### Cash flow

Přehled o příjmech a výdajích, běžně se pro něj používá označení cash-flow, je v České republice povinným výkazem ovšem pouze pro podnikatele, kteří podléhají povinnému auditu.

Cash flow je sledování skutečných toků hotovosti ve firmě. Zisk není totožný s cash flow. Tyto dva ukazatele se nemusí vyvíjet v synchronním řádu. Podnikání může být ziskové, ale přitom nesolventní, protože nemá dostatek cash.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 2007. s. 111

<sup>32</sup> tamtéž, s. 111

Ke sledování vývoje cash-flow je možné použít přímý nebo nepřímý způsob vykazování (přímou nebo nepřímou metodu).

#### Kvantifikace cash-flow přímou metodou:

##### **Počáteční stav peněžních prostředků**

+ příjmy za určité období

- výdaje za určité období

= **Konečný stav peněžních prostředků**<sup>34</sup>

#### Sledování cash flow nepřímou metodou:

##### **Počáteční stav peněžních prostředků**

+ zisk (po úhradě úroků a zdanění)

+ odpisy (snížily vykazovaný zisk, ale nejsou peněžní výdaj)

+/- jiné náklady (výnosy), které nevyvolávají pohyb peněz

##### **Cash flow z provozní činnosti**

- přírůstek fixního majetku, nakoupených akcií, dluhopisů,...

##### **Cash flow z investiční činnosti**

+/- přírůstek/úbytek dlouhodobých dluhů, vlastního kapitálu a dalších finančních zdrojů, výplata podílu ze zisku, získání dotací apod.

##### **Cash flow z finanční činnosti**

**Konečný stav peněžních prostředků**<sup>35</sup>

## **2.4.9 Hodnocení rizik**

Riziko chápeme jako negativní odchylku od cíle. Je spojeno s nepříznivými dopady na firmu. Analýza rizik nám umožňuje dva pohledy na náš podnikatelský plán. Kromě nastínění pravděpodobnosti dosažení očekávaných efektů nám poslouží i pro přípravu opatření, která bude nutné realizovat v případě, že daná riziková situace skutečně nastane. Analýzu rizik můžeme provádět pomocí expertního hodnocení. Expertní hodnocení faktorů rizika je víceméně odborným odhadem jejich významnosti vzhledem k plánovaným cílům podniku. Významnost faktorů rizika posoudíme podle dvou

---

<sup>33</sup> STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 2007. s. 121

<sup>34</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 136

<sup>35</sup> tamtéž, s. 137

hledisek – pravděpodobnosti jejich výskytu a intenzity negativního vlivu. Rizikový faktor je tím významnější, čím pravděpodobnější je jeho výskyt a čím vyšší je intenzita negativního vlivu.<sup>36</sup>

#### **2.4.10 Přílohy**

Příloha k podnikatelskému záměru obvykle obsahuje veškeré informativní materiály, které není zapotřebí členit do vlastního textu. V textu by měly být odvolávky na ně.

Řadíme sem:

- výsledky průzkumů trhu,
- výsledky propagačních akcí,
- předběžné dohody s hlavními odběrateli,
- předběžné dohody s dodavateli,
- vyjádření stavebního úřadu a jiných institucí.<sup>37</sup>

### **2.5 Hodnocení financování podnikatelského plánu**

Základem pro rozhodnutí o tom, zda daný projekt realizovat, je propočet určitých ukazatelů ekonomické efektivity. Tyto ukazatele měří zpravidla výnosnost (návratnost) zdrojů, které byly vynaloženy na realizaci projektu.

Pro zhodnocení ekonomické efektivity investičních projektů se nejčastěji používají tyto ukazatele:

- rentabilita kapitálu,
- doba úhrady či návratnosti investic,
- kritéria založená na diskontování:
  - čistá současná hodnota,
  - index rentability,
  - vnitřní výnosové procento.

---

<sup>36</sup> SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kol. *Základy podnikání*. 2010. s. 66

<sup>37</sup> ZICHOVÁ, J., *Živnostenské podnikání*. 2008. s. 55-56



### 2.5.1 Ukazatele rentability

Ukazatele rentability náleží mezi další z řady tzv. poměrových ukazatelů. Tyto ukazatele umožňují měřit výnosnost kapitálu, užitého k financování projektu, protože poměří zisk projektu k vloženým prostředkům na tento projekt. Proto jsou také často nazývány jako ukazatele výnosnosti nebo ziskovosti. Obecně jsou považovány za nejdůležitější informaci pro investory, kteří uvažují o investování svého kapitálu, protože jim dávají odpověď na to, jak bude jejich kapitál zhodnocen.

Tyto ukazatele se vyskytují ve více variantách podle toho, jak je definovaný zisk v čitateli (zisk po zdanění, před zdaněním apod.) a co bude dosazeno do jmenovatele ukazatele (vlastní kapitál, celkový kapitál apod.). Mezi nejčastěji používané patří:

- rentabilita vlastního kapitálu (ROE – return on equity) – počítá se jako podíl zisku a vlastního kapitálu. V ukazateli rentabilita vlastního kapitálu se kromě efektivity činnosti podniku projevuje i efekt zadlužení a výše zdanění. Představují procentní výnos, který získávají vlastníci,<sup>38</sup>
- rentabilita celkového kapitálu (ROA – return on assets) – označovaný též jako rentabilita aktiv. V tomto případě je v čitateli provozní zisk. Vzhledem k tomu, že tento ukazatel nebere v úvahu zdanění ani úroky, je vhodný zejména pro mezipodnikové srovnání výkonnosti podniku. Někdy se označení rentabilita celkového kapitálu chápe jako rentabilita dlouhodobých zdrojů financování (vlastní kapitál + dlouhodobé závazky). V čitateli poté zůstává provozní zisk,<sup>39</sup>
- rentabilita tržeb (ROS – return on sales) – k jeho výpočtu se používá zisk po zdanění i provozní zisk a poměruje se k čistým tržbám (po odečtu slev).<sup>40</sup>

Výhodou ukazatelů rentability je jejich jednoduchost propočtu a srozumitelnost. Jejich nevýhodou tvoří nerespektování odlišné časové hodnoty peněz a určitá závislost na zvoleném způsobu odepisování obecně na určitých platných pravidlech účetnictví, které se často v jednotlivých zemích liší. I přes tyto nedostatky bývají ukazatele rentability v určitých případech nástrojem k rychlému posouzení výkonnosti jednotlivých projektů.

---

<sup>38</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 166

<sup>39</sup> tamtéž, s. 167

<sup>40</sup> tamtéž, s. 167

### 2.5.2 Doba návratnosti investic

Doba návratnosti nebo-li doba úhrady se definuje jako doba potřebná pro úhradu celkových investičních nákladů projektu jeho budoucími čistými příjmy. Znamená to, že za dobu úhrady se vrátí investorovi zpět prostředky vložené do projektu. Stanovení doby úhrady není složité a vychází z peněžních toků projektu, které tvoří příjmy a výdaje za celou dobu života projektu.<sup>41</sup>

Hodnotí-li se danou metodou více variant, za výhodnější se označuje ta, kde je doba návratnosti kratší. Tato metoda hodnocení efektivnosti investic může ovšem vést i k nesprávnému rozhodnutí o výběru variant, protože:

- nerespektuje faktor času, což vede ke snížení hodnoty peněz,
- ignoruje výnosy z investic po době splatnosti, a tak může být zkreslen pohled na efektivnost,
- zdůrazňuje rychlou finanční návratnost projektu.

Důsledkem těchto nedostatků není doba úhrady příliš spolehlivým kritériem pro hodnocení a výběr projektů. Ale může být použita jako doplňující hledisko pro rizikové projekty nebo pro projekty s krátkou životností.

### 2.5.3 Čistá současná hodnota

Zkráceně ČSH nebo NPV (z anglického Net Present Value) představuje rozdíl mezi diskontovanými peněžními příjmy z určité činnosti a výdaji na tuto činnost. Tato metoda zdůrazňuje nejen výši příjmů a výdajů, ale i jejich časové rozložení během určité doby, ukazuje přírůstek investice k tržní hodnotě firmy a tím i k bohatství jejich vlastníků. Jedná se teoreticky o nejpřesnější metodu investičního rozhodování, založené na respektování faktoru času pomocí diskontního počtu.<sup>42</sup>

Vzorec výpočtu: 
$$\text{ČSH} = \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} = \sum_{t=1}^N \frac{P_t}{(1+i)^t} - KV^{43}$$

---

<sup>41</sup> FOTR, J., SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 2005. s. 65

<sup>42</sup> Tamtéž, s. 69

<sup>43</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 2007. s.175

- $CF_t$  - plán cash-flow z investičního projektu v jednotlivých letech v Kč
- $P_t$  - příjem z investice v jednotlivých letech životnosti v Kč
- KV - kapitálový výdaj
- N - doba životnosti investičního projektu
- t - jednotlivé roky životnosti investičního projektu
- i - požadovaná výnosnost investičního projektu v tvaru indexu<sup>44</sup>

Projekt s kladnou čistou současnou hodnotou zvyšuje hodnotu podniku, měli bychom ho tedy realizovat, čím je tato hodnota vyšší, tím je projekt ekonomicky výhodnější. A naopak projekt se zápornou čistou současnou hodnotou hodnotu podniku snižuje a projekt by měl být zamítnut. Pokud vyjde nula, znamená to, že projekt je ekonomicky neutrální, neboť nezvyšuje, ale ani nesnižuje hodnotu podniku.

### **Index rentability**

Toto kritérium je blízké čisté současné hodnotě, na rozdíl od ní je však relativní povahy. Index rentability vyjadřuje velikost současné hodnoty budoucích příjmů projektu, připadajících na jednotku investičních nákladů přepočtených na současnou hodnotu. Číselně stanovíme index rentability jako podíl současné hodnoty budoucích příjmů projektu a současné hodnoty investičních výdajů.<sup>45</sup>

V případě, že čistá současná hodnota projektu se rovná nule, index rentability nabývá hodnotu 1. Z toho plyne, že projekt by měl být realizován, když jeho index rentability je větší jak 1. Čím více přesahuje index rentability jednotku, tím je projekt ekonomicky výhodnější.<sup>46</sup>

### **Vnitřní výnosové procento**

Vnitřní výnosové procento (VVP), resp. vnitřní míra výnosnosti, je chápáno jako výnosnost (rentabilita), kterou projekt poskytuje během svého života. Číselně je VVP rovno takové diskontní sazbě, při které je čistá současná hodnota rovna nule.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> FOTR, J., SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 2005. s. 72

<sup>45</sup> tamtéž, s. 72

<sup>46</sup> tamtéž, s. 72

<sup>47</sup> tamtéž, s. 73

Vzorec výpočtu:  $\sum_{t=1}^N \frac{P_t}{(1+i)^t} - KV = 0$ <sup>48</sup>

### Náklady kapitálu

Po stanovení čisté současné hodnoty projektu, je třeba stanovit diskontní sazbu projektu, která je určena náklady kapitálu, užitého k financování. Pokud budeme projekt financovat výhradně vlastním kapitálem, postačí stanovit pouze náklady vlastního kapitálu. V případě smíšeného financování projektu zčásti vlastním a zčásti cizím kapitálem je třeba určit jednak náklady cizího kapitálu, jednak v určitém případě tzv. vážené průměrné náklady kapitálu (WACC):<sup>49</sup>

Vzorec výpočtu:  $WACC = \frac{VK}{K} \times n_v + \frac{CK}{K} \times (1 - s_{dp}) \times n_c$ <sup>50</sup>

$n_v$  - náklady vlastního kapitálu (%)

$n_c$  - náklady cizího kapitálu (%)

$VK$  - vlastní kapitál (Kč)

$CK$  - velikost zpoplatněného cizího kapitálu (Kč)

$K$  - součet vlastního a cizího zpoplatněného kapitálu (Kč)

$s_{dp}$  - sazba dně z příjmů<sup>51</sup>

## 2.6 Pojem karting

Karting = motokáry, jsou ve své podstatě jednoduchá závodní vozidla. Tvoří oblíbenou zábavu nejen na území České republiky, ale také v zahraničí. Motokára je miniaturní čtyřkolové vozidlo, které slouží kromě závodění také jako prostředek adrenalinové relaxace, podle typu může dosáhnout rychlosti až 260 km/h.

### Historie

První motokáry pravděpodobně stavěli v průběhu druhé světové války američtí vojáci na evropských leteckých základnách. Primitivní podvozky osazovali motory z

---

<sup>48</sup> REŽŇÁKOVÁ, M. *Finanční management 2. díl*. 2005. S. 55

<sup>49</sup> FOTR, J., SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 2005. s.113-114

<sup>50</sup> tamtéž, s. 114

<sup>51</sup> tamtéž, s. 114

pojezdových mechanismů. Technika se v průběhu času výrazně změnila. Dokonce dnes koketuje i s kosmickými materiály, jako např. teflon a kevlar.

V Čechách má kartingový sport dlouhou a úspěšnou tradici. Již v 60. letech se běžně závodilo na každém větším náměstí a zájem diváků byl nevídaný. V té době po domácku vyráběné motokáry se s dnešními továrními speciály dají těžko srovnávat, ale i tak se jezdilo rychle, adrenalinově a závodníci i pořadatelé se dokázali s nelehkými podmínkami poprat.

## **Obrázek č. 2 Historické motokáry**



*Zdroj: AutodromFoto.net. [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-05].  
Dostupné z: <<http://www.autodromfoto.net/>>*

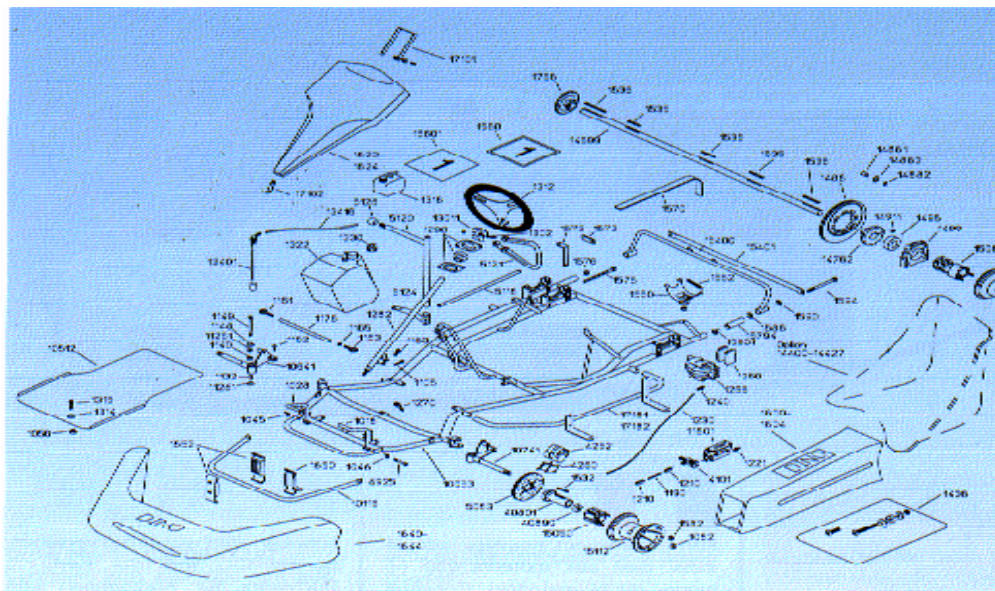
## **Vzhled**

4 kola, volant s přímým převodem na tyč řízení a vedle řidiče je uložený motor, který přes řetěz pohání zadní kola. Úlohu nosné konstrukce plní trubkový rám a zároveň nahrazuje pérování. Motor přenáší hnací sílu na zadní osu řetězovým převodem, nenachází se zde diferenciál. Brzdy jsou kotoučové a řízení přímé tzn. bez převodky. Plastové spoilery plní současně i roli nárazníků. Vzhled jednotlivých motokár dnes definují právě plasty, kterými je kára obehnaná. Je tu velký prostor pro designéry a výrobce, jak motokáru odlišit, protože rámy i ostatní komponenty podléhají přísným normám a schválením světové organizace FIA.

Vynikající jízdní vlastnosti motokár jsou dány nízko položeným těžištěm a speciálními pneumatikami. Výrazné zrychlení je dáno vlastnostmi dvoutaktního motoru a poměrem

váhy k výkonu – např. u třídy FORMULE C 125 cm<sup>3</sup> je to z 0 na 100 km/h za 3 s (pohotovostní hmotnost 165 kg / výkon motoru 55 PS při 14000/min, maximální rychlost přes 200 km/h).

**Obrázek č. 3 Motokára FORMULE C 125 cm<sup>3</sup>**



*Zdroj: AutodromFoto.net. [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-05].*

*Dostupné z: <<http://www.autodromfoto.net/>>*

## **Druhy**

Motokáry lze rozdělit podle dosahované rychlosti do několika tříd:

- dětské - obvykle Honda 120 (až 70 km/h),
- normální (pro dospělé) - obvykle Honda 200 (Až 90 km/h),
- závodní.

Závodní motokáry lze dále členit:

- pro nenáročné: obvykle Honda 390 (až 130 km/h),
- pro profesionály: v této třídě existují podstatné rozdíly jak v podvozku, tak i v motoru. Oproti předchozím typům tyto stroje používají dvoutaktní motory. Podle objemu válců se dělí na 100, 125 a nebo 250. Používají se rámy různých značek např. BRM Racing, MS Kart, CRG, MBA, Birel a motory například Rotax, Maxter, Pavesi, Tm, Vortex apod.

### **3 Analýza současného stavu**

Tato kapitola se zaměřuje na analyzování současného stavu, jelikož nově vznikající podnik je nutno zařadit do příslušného kontextu. Jde také o to, že potenciální investor, který hodnotí podnikatelský záměr podle široké škály kritérií, potřebuje vědět, v jakém konkurenčním prostředí bude podnik působit. Sem patří i vyjádření o vyhlídkách odvětví, vývojových trendů a také historických výsledků.

V případě analýzy vnějšího prostředí se jedná o analýzu externích faktorů. Je nezbytně nutné je rozpoznat, klasifikovat, posoudit jejich určité trendy a přizpůsobit tomu i celé fungování podniku. Pro analýzu vnějšího prostředí se používá celá řada metod. Mnou použité metody jsou charakterizovány níže. V rámci analýzy současného stavu tato kapitola obsahuje také vyhodnocení dotazníkového šetření.

#### **3.1 Analýza trhu**

Firma se bude pohybovat na těchto trzích:

- trh služeb, volnočasových aktivit,
- pohostinství.

Trh na poli motokárových drah z hlediska okresu Prostějov je neobsazený. Naskytuje se zde dobrá příležitost zaplnit mezeru na trhu. Pro realizaci obchodu (tedy poskytnutí služby) je nutná osobní návštěva zákazníka provozovny. Z toho vyplývá, že jedním z nejdůležitějších parametrů dělení trhu bude lokalita, v které se podnik bude nacházet.

##### **Lokalita**

Spádovou lokalitou je město Prostějov a jeho okolí cca 30 km. Z větší vzdálenosti už není většina zákazníků ochotna za danými službami cestovat. Cesta se stává nákladnou, a to jak po stránce finanční, tak i po stránce časové.

Na základě vlastního názoru, by se za lokalitu dala považovat celá Česká republika, neboť kvalitních kartingových drah u nás není zatím mnoho. Profesionální jezdci za

tréninkem dojíždějí po celé republice, toto množství není ovšem zásadní, a proto se podnik zaměří především na lokalitu města Prostějov.

### **3.2 Analýza zákazníků**

Cílového zákazníka kartingové dráhy představuje člověk se stálým či přechodným bydlištěm v městě Prostějov či v jeho přilehlém okolí, který aktivně tráví svůj volný čas. Za potencionálního zákazníka lze považovat osoby různých věkových skupin, zejména ovšem mladé lidi a osoby středního věku, typický zákazník bude charakterizován v další části, týkající se marketingového výzkumu.

Hlavní cílové segmenty, na které se bude podnik orientovat:

- a) pravidelní účastníci závodů, tzn. jezdci ať už profesionální či z řad veřejnosti,
- b) občasní jezdci, kteří jezdí pro zábavu a zároveň se snaží zlepšit své dovednosti.

Cíleným záměrem je vybudování přilehlého baru, z kterého je možný pohled na trať. A proto také návštěvníci baru, kteří přišli jen za účelem využití baru či podpoření svého kamaráda při jízdě, mohou být zlákáni také sami k jízdě. Tvoří proto další segment:

- c) náhodní jezdci, je zde potenciál, že se stanou zákazníky občasnými či pravidelnými.

### **3.3 Marketingový průzkum**

K zjištění současného stavu jsem se uchýlila k dotazníkovému šetření. Protože se jedná o založení nového podniku poskytujícího služby, který je v daném městě jediný svého druhu, prvotním motivem průzkumu bylo zjistit, zda o služby, které podnik bude poskytovat, bude v dané lokalitě zájem, dalším motivem bylo získání informací o zákaznících a jejich požadavcích.

Průzkum byl realizován během měsíce prosince v městě Prostějov. Metodou průzkumu byl tedy dotazník, který je anonymní. Respondenti vyplňovali dotazník při oslovování na ulici za dodržení podmínky zachování anonymity. Dále průzkum probíhal také na



serveru Vyplňto.cz a pomocí rozesílání e-mailů. Celkově byl průzkum zaměřen zejména na mladé lidi a osoby středního věku se stálým či přechodným bydlištěm v městě Prostějov či v jeho okolí, kteří tvoří cílovou skupinu zákazníků, aby nebyla zkreslena poptávka. Pro vypovídací schopnost jsem chtěla zpracovat alespoň 100 kusů dotazníků, nakonec bylo vyplněno celkem 110 dotazníků. Úplné znění dotazníku uvádím v příloze č. 1 diplomové práce.

Dotazník se skládá z 11-ti otázek – 10 uzavřených a 1 otevřená s možností vyjádření názorů zákazníků. Otázky dotazníku jsou jednoduché, krátké, srozumitelné. V úvodní části jsou zaměřeny na zjištění zájmu o novou kartingovou dráhu, dále obsahuje také otázku týkající se konkurence. Významnou část tvoří otázky zaměřené na požadavky zákazníků. Na konci dotazníku jsou řazeny klasifikační otázky, které zjišťují charakteristiku, strukturu respondentů.

#### Otázka č. 1 Uvítali byste v Prostějově novou motokárovou dráhu?

Respondentům byla nabídnuta odpověď ANO x NE. Následující graf vyjadřuje získané odpovědi.

**Graf č. 1: Zájem o novou motokárovou dráhu**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z výsledků uvedených v grafu č. 1 je patrné, že většina dotazovaných (tedy 78%) by novou motokárovou dráhu uvítala. Dosažené výsledky jsou pro realizaci záměru stěžejní. Následující tabulka uvádí poměr jednotlivých věkových skupin a pohlaví respondentů k zvolené odpovědi.

**Tabulka č. 3: Poměr věkové skupiny, pohlaví k zvolené odpovědi, v %**

|            | Věková skupina |       |       |       |       |      | Pohlaví |      |
|------------|----------------|-------|-------|-------|-------|------|---------|------|
|            | do 15ti        | 16-25 | 26-35 | 36-45 | 46-55 | více | Muži    | Ženy |
| <b>ANO</b> | 6              | 34    | 23    | 9     | 4     | 2    | 61      | 16   |
| <b>NE</b>  | 2              | 8     | 5     | 2     | 3     | 2    | 6       | 17   |

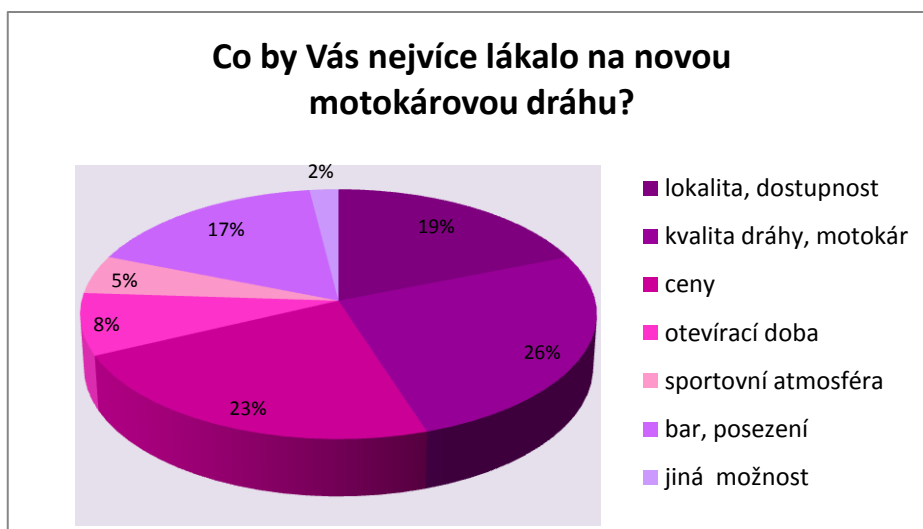
*Zdroj: Vlastní zpracování*

V porovnání s dalšími údaji z dotazníku, jak je obsaženo v tabulce č. 3, je patrné, že největší zájem o novou motokárovou dráhu mají spíše muži ve věkovém rozmezí 16-25 let, 26-35 let a 36-45 let, dohromady tyto tři věkové skupiny tvoří 66% z celkového počtu dotazovaných.

#### Otázka č. 2 Co by Vás nejvíce lákalo na novou motokárovou dráhu?

U této otázky bylo možno zvolit více odpovědí, procentní vyjádření odpovědí je uvedeno v následujícím grafu.

**Graf č. 2: Důvod zájmu o novou motokárovou dráhu**



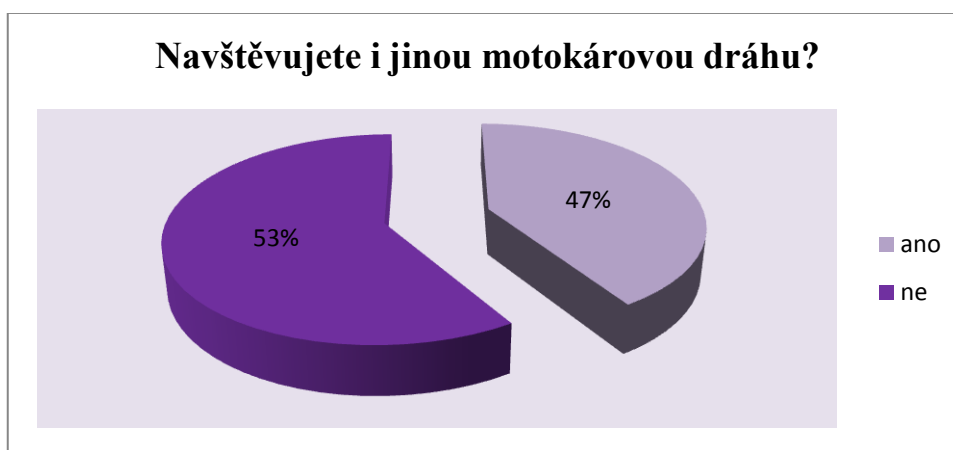
*Zdroj: Vlastní zpracování*

Nejvíce respondentů volilo odpověď: kvalita dráhy, motokár a také ceny. Nutno tyto faktory zohlednit při dalším postupu v podnikatelském záměru. V pořadí třetí nejvíce uváděná odpověď byla lokalita, dostupnost. Jelikož respondenti byli především z Prostějova či jeho okolí, bude pro ně tento faktor při rozhodování o návštěvě podniku podstatný, podnik je pro ně dostupný. V neposlední řadě významný faktorem tvoří možnost baru, posezení, které uvedlo 17% dotazovaných.

V nabídce odpovědí byla i varianta: jiná možnost, tu zvolilo pouze 2 % dotazovaných, v tomto případě měli možnost vyjádřit svůj názor, zde tedy uvedli: závody, slevy.

#### Otázka č. 3 Navštěvujete i jinou motokárovou dráhu?

**Graf č. 3: Návštěvnost konkurenčních motokárových drah**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Procentní vyjádření návštěvnosti konkurenčních podniků lze vidět na grafu č. 3. Pokud dotazovaní zvolili možnost ANO, byl dán prostor k uvedení dané konkurenčního motokárové dráhy. Nejbližší konkurenční motokárovou dráhou cca 20 km je Korený-racing, s.r.o. v Olomouci, tuto možnost také dotazovaní uváděli nejčastěji, dále pak ROOT Racing, s.r.o. v Lipníku nad Bečvou, Motokáry - Kart-centrum Radotín, KART ARENA Brno, Motokáry Go Kart v Brně.

Otázka č. 4 Kolik byste byli ochotni zaplatit za 10 minut jízdy?

**Graf č. 4: Názor respondenta na cenu jízdy na 10 minut**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Na základě průzkumu by se ideální cena, kterou by měl podnik zvolit, měla pohybovat v rozmezí 100-149 Kč, maximální cena 199 Kč.

Otázka č. 5 Uvítali byste i dětskou motokárovou dráhu?

**Graf č. 5: Názor respondentů na dětskou motokárovou dráhu**

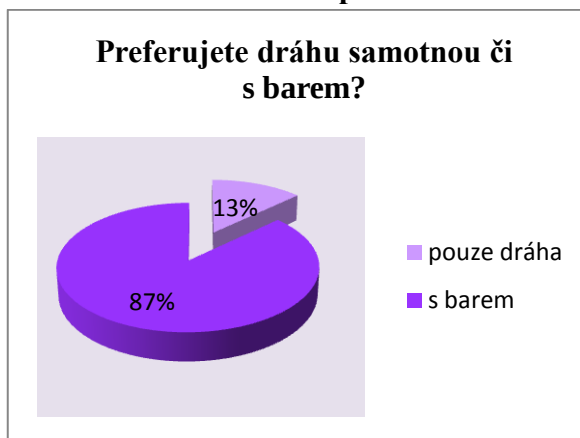


*Zdroj: Vlastní zpracování*

Tato otázka je spíše určena pro generaci středního věku, u nichž lze předpokládat, že dítě mají. Z grafu č. 5 tedy vyplývá, že více než polovina respondentů by dětskou motokárovou dráhu uvítala.

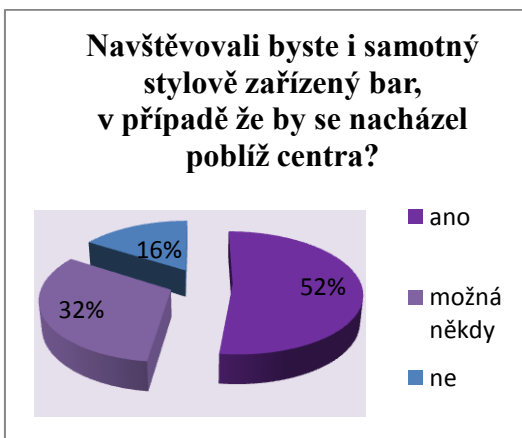
Otázka č. 6 Preferujete dráhu samotnou či s barem? a otázka č.7 Navštěvovali byste i samotný stylově zařízený bar, v případě že by se nacházel poblíž centra?

**Graf č. 6: Preference respondentů**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Graf č. 7: Návštěvnost baru**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Otázky č. 6 a 7 se týkají baru, účelem těchto otázek bylo zjistit, zda by zákazníci preferovali bar či nikoliv. Graf č. 6 zdůrazňuje náklonnost respondentů ke dráze s barem. Pouze 13% z dotazovaných, což je 14 ze 110 osob, uvedlo, že zájem o bar nemají. Graf č. 7 zachycuje velmi podstatnou otázku, a to, zda by respondenti navštěvovali i samotný stylově zařízený bar v době, kdy nejdou jezdit, trénovat. Předpokládá se poloha poblíž centra, bar by se tak stal alternativou k ostatním restauračním zařízením. Světlý a tmavý odstín fialové barvy v grafu č. 7 znázorňuje pozitivní varianty a činí dohromady 75%.

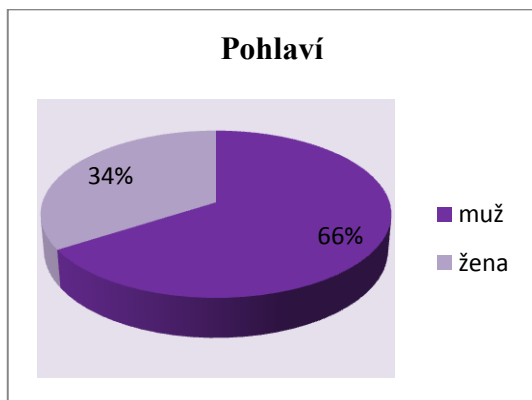
Klasifikační otázky:

Otázka č. 8 Pohlaví

Otázka č. 9 Věk

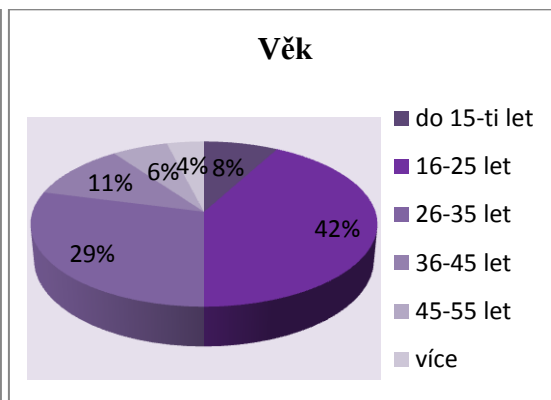
Otázka č. 10 Bydliště

**Graf č. 8: Pohlaví respondentů**



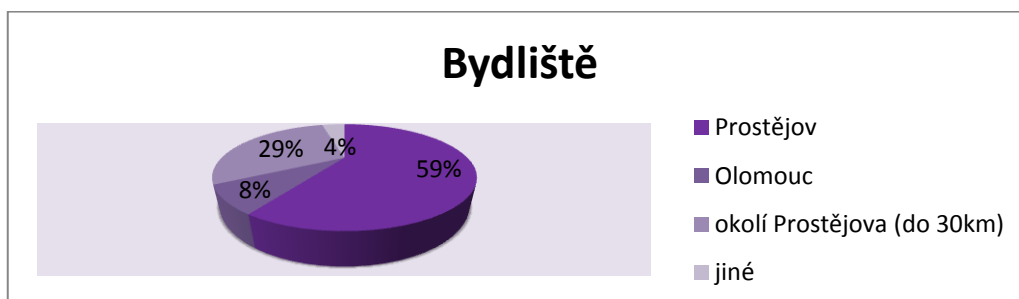
*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Graf č. 9: Věk respondentů**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Graf č. 10: Bydliště respondentů**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Na základě klasifikačních otázek lze rozčlenit respondenty podle pohlaví, věkového rozmezí a místa bydliště. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 79 osob mužského pohlaví (tedy 66% ze všech) a 31 osob ženského pohlaví (34% ze všech), z grafu č. 8 lze vidět výraznou dominance mužů ve výběrovém souboru. Je to situace pro provozování kartingového sportu naprosto běžná, i když procento ženského pohlaví také není zanedbatelné. Podíl žen může posloužit k dalšímu rozvoji podnikání.

Z dotazníkového šetření obzvláště z klasifikačních otázek lze určit typického zákazníka podniku, je jím muž ve věkovém rozmezí 16-25 let či 26-35 let se stálým či trvalým bydlištěm v Prostějově nebo blízkém okolí.

Součástí dotazníku byla i poslední otevřená otázka, kde mohli zákazníci uvést své nápady, návrhy či připomínky - zde nejčastěji uváděli: pořádání závodů pro školy, prodej čerstvých džusů v baru, permanentky.

### 3.4 SLEPT analýza

SLEPT analýza je nástrojem charakteru postupu či rámce sloužícího k identifikaci a zkoumání externích faktorů. Zkratka má sice svůj původ v anglických termínech vymezujících oblastí zájmu externí analýzy, avšak v tomto případě sedí na zkratku i české termíny: Sociální faktory, Legislativní faktory, Ekonomické faktory, Politické faktory, Technologické faktory.<sup>52</sup>

#### 3.4.1 Sociální faktory

Sociální faktory, které ovlivňují okruh zvoleného podnikání, jsou především demografického charakteru, jako jsou např. počet a věkové složení obyvatel, dále úroveň vzdělání, kulturní aspekty a zvyklosti.

##### Lokalita

Okres Prostějov spadá z hlediska územně-správního do Olomouckého kraje, který se rozkládá ve střední části Moravy a zasahuje i do části severní. Olomoucký kraj se člení na 5 okresů tedy Prostějov, Přerov, Jeseník, Olomouc a Šumperk. K 31. 12. 2009 dle Českého statistického úřadu celková výměra kraje činila 5266,58 km<sup>2</sup> (tj. 6,7 % z celkové rozlohy ČR), rozloha okresu činila 769,68 km<sup>2</sup>. Hustota zalidnění v okrese Prostějov je 143 osob na km<sup>2</sup>.

##### Obyvatelstvo

Obec s rozšířenou působností Prostějov má k trvalému pobytu (nebo jakémukoli platnému pobytu cizince) přihlášeno 45 790 obyvatel. Celkově v okrese je k trvalému pobytu přihlášeno 111 150 obyvatel.

Průměrný věk obyvatel Prostějovského okresu činí 41 let. Pracovní sílu v okrese Prostějov tvoří 54918 osob, míra registrované nezaměstnanosti je 11,07%, z toho muži 9,02 a ženy 13,79%. (ČSÚ, stav k 31.12.2010)

---

<sup>52</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 48-49

**Tabulka č. 4: Počet obyvatel v městě Prostějov a v okrese Prostějov**

| lokalita        | muži         |            | ženy         |            |
|-----------------|--------------|------------|--------------|------------|
|                 | do 15-ti let | nad 15 let | do 15-ti let | nad 15 let |
| město Prostějov | 3 201        | 18 551     | 3 106        | 20 932     |
| okres Prostějov | 8 188        | 46 156     | 7 919        | 48 887     |

*Zdroj: Ministerstvo vnitra, stav k 14.1.2011*

**Tabulka č. 5: Věkové rozložení v městě Prostějov a v okrese Prostějov**

| lokalita        | v tomto věku v %                        |                                |           |
|-----------------|-----------------------------------------|--------------------------------|-----------|
|                 | předškolní,<br>školní věk<br>0 – 14 let | produktivní věk<br>15 – 64 let | 65 a výše |
| město Prostějov | 15                                      | 72,8                           | 12,3      |
| okres Prostějov | 14,3                                    | 69,5                           | 16,2      |

*Zdroj: ČSÚ, stav k 31.12.2009*

Nutno vzít v úvahu trend, ke kterému dochází nejen v České republice, ale i v Evropě obecně, a to úbytek počtu obyvatel. Vlivem vyspělosti zdravotnictví a poklesu porodnosti dochází k prodlužování délky života a tím ke stárnutí populace.<sup>53</sup>

### Vzdělání

Studovat vysokou školu je možné i v Prostějově. Město Prostějov se může pochlubit třemi pobočkami vysokoškolských fakult. Fakulta textilní působí v Prostějově již od akademického roku 1997/1998, zde je otevřen bakalářský obor: Technologie a řízení oděvní výroby – pobočka Technické univerzity v Liberci. V každém ročníku je přibližně 30-40 studentů. Od akademického roku 2007/2008 je v Prostějově otevřen také bakalářský obor: Stavitelství – pobočka Fakulty stavební VUT Brno. Každý ročník obsahuje přibližně 50 - 60 studentů. Také Univerzita Tomáše Bati otvírá nově prezenční bakalářský obor: Logistika a management.

Kromě vysokoškolského vzdělání v Prostějově najde uplatnění i středoškolské či učňovské vzdělání, je tu velký počet středních škol, gymnázií a učilišť.

<sup>53</sup> KOZEL, R a kol. *Moderní marketingový výzkum*. 2006. s. 18



### 3.4.2 Legislativní faktory

Podnikání se v České republice řídí dvěma zákony, které je nutno respektovat a dodržovat, jsou to:

- živnostenský zákon - zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání,
- obchodní zákoník - zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

Česká republika je členem Evropské unie. Před vstupem do EU muselo v rámci ČR dojít k harmonizaci legislativy a také k úpravám dle standardů EU. Mezi neméně důležité podmínky pro podnikání stanovené státem patří daňové zatížení, zákony a omezující faktory vztahující se k provozování určitého typu podnikání.

#### Daňové zatížení

Současná daňová soustava ČR byla zavedena 1. ledna 1993, prošla již mnoha změnami. Většinou díky snaze o snižování velkého schodku státního rozpočtu dochází k častým změnám daňových sazeb, proto je nutno tyto sazby každoročně sledovat.

**Tabulka č. 6: Aktuální sazby daní**

| Daň                          | Sazba daně                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Daň z příjmu FO</b>       | Daň ze základu daně sníženého o nezdanitelnou část základu daně (§ 15) a o odčitatelné položky od základu daně (§ 34) zaokrouhleného na celá sta Kč dolů činí <b>15 %</b>                                                              |
| <b>Daň z příjmu PO</b>       | S účinností od 1.1.2010 se sazba mění na <b>19%</b> . Tato sazba daně se vztahuje na základ daně snížený o položky podle § 34 a § 20 odst. 7 a 8, který se zaokrouhuje na celé tisícikoruny dolů.                                      |
| <b>DPH</b>                   | U zdanitelného plnění nebo přijaté úplaty se uplatňuje<br>a) základní sazba daně ve výši <b>20%</b> , nebo<br>b) snížená sazba daně ve výši <b>10 %</b>                                                                                |
| <b>Spotřební daň</b>         | Podle druhu zboží: a) daň z minerálních olejů, b) daň z lihu, c) daň z piva, d) daň z vína a meziproductů a e) daň z tabákových výrobků. Daň se vypočítá vynásobením základu daně sazbou daně stanovenou pro příslušný vybraný výrobek |
| <b>Silniční daň</b>          | Sazba daně podle objemu motoru od 1200 Kč do 4200 Kč, podle počtu náprav a povolené hmotnosti od 1800 Kč do 44100Kč                                                                                                                    |
| <b>Z převodu nemovitostí</b> | <b>3 %</b> ze základu daně                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Daň z pozemků</b>         | Sazba daně u ostatních pozemků činí za každý 1 m <sup>2</sup> u<br>a) zastavěných ploch a nádvoří, 0,20 Kč<br>b) stavebních pozemků 2,00 Kč<br>c) ostatních ploch, pokud jsou předmětem daně 0,20 Kč                                   |
| <b>Daň z budov</b>           | Sazba daně u staveb užívaných pro podnikatelskou činnost a u samostatných nebytových prostorů užívaných pro podnikatelskou činnost činí 10 Kč za 1m <sup>2</sup> zastavěné plochy nebo upravené podlahové plochy                       |

*Zdroj: Vlastní zpracování podle BusinessInfo.cz [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z: <<http://www.businessinfo.cz/>>*

### Zákony a normy vztahující se k danému typu podnikání

Pro zvolený typ podnikání nutno dodržovat hygienické normy a předpisy, obzvláště týkající se provozu baru:

- Vyhláška č. 137/2004 Sb. o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných - např. na základě této vyhlášky musí WC být oddělené od personálu a spotřebitele
- HACCP - "Hazard Analysis and Critical Control Points" (analýza nebezpečí a kritické kontrolní body)
- Normy ČSN – české technické normy
- Zákon č. 258/2000 Sb. - o ochraně veřejného zdraví a další

### **3.4.3 Ekonomické faktory**

#### Ekonomický vývoj

- I. 2006 růst HDP o 6,4%
- II. 2007 růst HDP o 6,5%
- III. 2008 růst HDP o 3,5%
- IV. 2009 pokles HDP o 4,1%
- V. 2010 růst HDP o 2,8% (údaje z 3. čtvrtletí 2010)
- VI. 2011 na základě prognóz ČNB se očekává růst HDP o 1,2%

Růst ekonomiky vyjádřený vývojem hrubého domácího produktu pokračoval od roku 2005 až do roku 2008, v roce 2009 se projevila ekonomická krize, pro další roky se očekává pomalý postupný růst HDP.

#### Inflace

Průměrná meziroční míra inflace v roce 2010 činila 1,5%. Jde o míru inflace vyjádřenou přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen, která vyjadřuje procentní

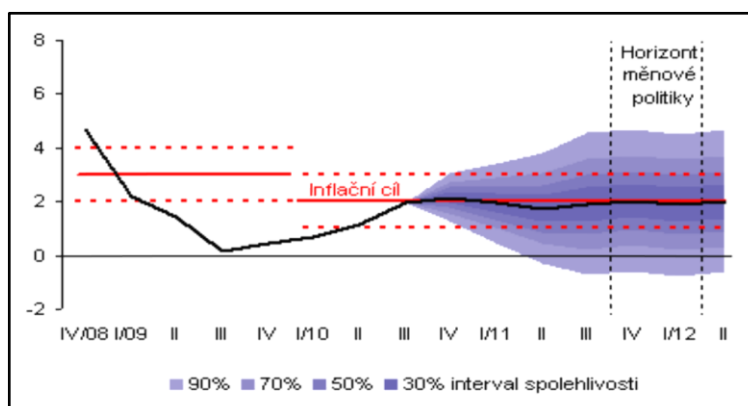
změnu průměrné cenové hladiny za 12 posledních měsíců proti průměru 12-ti předchozích měsíců.

**Tabulka č. 7: Průměrná meziroční míra inflace za rok 2001-2010**

| Rok  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| 4,7% | 1,8% | 0,1% | 2,8% | 1,9% | 2,5% | 2,8% | 6,3% | 1,0% | 1,5% |

*Zdroj: ČSÚ*

**Graf č. 11: Nejistota budoucího vývoje inflace spotřebitelských cen**



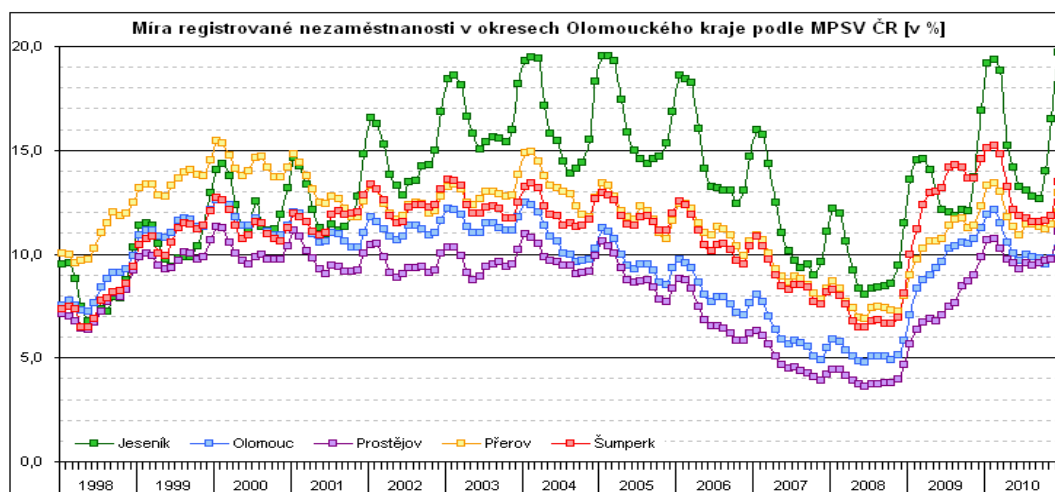
*Zdroj: ČNB*

Graf zachycuje nejistotu budoucího vývoje inflace spotřebitelských cen. Nejtmavší fialové pásmo kolem středu prognózy znamená vývoj, který nastane s 30% pravděpodobností, rozšiřující se pásma zobrazují postupně vývoj s pravděpodobností 50 %, 70 % a 90 %.

### Nezaměstnanost

Globální hospodářská recese se v České republice začala projevovat s určitým zpožděním. První náznaky na pracovním trhu se projeví už během léta 2008 – zastavení růstu počtu volných pracovních míst v nabídce ÚP. Plnou silou se však projeví až v roce následujícím. K největšímu poklesu zaměstnanosti došlo v odvětvích průmyslových, a to zejména ve strojírenství, elektrotechnice a potravinářském průmyslu. Redukce počtu zaměstnanců ve větší či menší míře proběhla u většiny soukromých podnikatelských subjektů. V současné době již dochází ke stabilizaci zaměstnanosti a předpokládá se, že postupně bude docházet k mírnému navyšování.

**Tabulka č. 8: Vývoj míry nezaměstnanosti v okresech Olomouckého kraje**



Zdroj: ČSÚ

Křivka fialové barvy znázorňuje vývoj nezaměstnanosti v okrese Prostějov, v porovnání s ostatními okresy Olomouckého kraje zaznamenává dlouhodobě nejnižší hodnotu nezaměstnanosti. Při hodnocení podle míry registrované nezaměstnanosti mezi všemi 77 okresy České republiky dosáhl nejlepšího umístění okres Prostějov (49. místo, 9,54 %), následovaný okresy Olomouc (51. místo, 9,79 %), Přerov (64. místo, 11,29 %) a Šumperk (65. místo, 11,56 %). Nejvyšší nezaměstnanost vykázal okres Jeseník (69. místo, 12,63 %). K 30.9 2010 bylo v okrese Prostějov 146 volných pracovních míst.

### Kurzy

Posilování kurzu CZK vůči EURu a USD. Aktuálně se koruna vyšplhala na 24,39 Kč za EUR a 18,26 Kč za USD (stav k 16.1.2011).

**Tabulka č. 9: Prognóza vývoje kurzu**

| ukazatel     | rok  | ve výši |
|--------------|------|---------|
| kurz CZK/EUR | 2010 | 25,2    |
|              | 2011 | 24,3    |
|              | 2012 | 23,8    |

Zdroj: ČNB

### **3.4.4 Politické faktory**

#### Vláda

Stabilita vlády je v každé zemi velmi důležitá. Prezident Klaus poznamenal, že Petr Nečas je šestým premiérem, kterého za své působení na Pražském hradě uvádí do funkce. To je poměrně dost a mimořádná stabilita to není. Nestabilita nepomáhá jak podnikatelské sféře, tak ani finanční situaci v ČR a rozhodně nevytváří dobrý pohled na politickou scénu ČR.

Koalice ODS, TOP 09 a Věcí veřejných, která vzešla z výsledků voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR konaných v květnu 2010, se zdá být stabilní vládou, tato většinová koaliční vláda je pravicového typu, takže lze vyvodit, že nebude docházet k překotným změnám spojeným s politickými změnami ve vládě. K tomu, aby mohla vítězná strana ODS s koalicí vládnout, byla nucena se svými politickými partnery vyjednat kompromisní řešení, tzn., že musela mnohdy ustoupit ze svého programu, díky tomu vznikl koaliční program, který oslabil reformní kroky ODS.

#### EU

Významným politickým faktorem je členství České republiky v Evropské unii. ČR musí harmonizovat české zákony, nařízení a vyhlášky s legislativou EU, což s sebou přináší do podnikatelského sektoru opatření, na které poté podnikatelé musí vynaložit nemalé náklady.

### **3.4.5 Technologické faktory**

Vysoká rychlost technologického vývoje, zejména v oblasti informačních technologií, způsobila rychlý rozvoj internetu. V současné době „internet hýbe světem“, práce s ním a informacemi se stávají klíčovým faktorem úspěchu. Právě proto bude nutné věnovat pozornost webovým stránkám podniku, které budou plnit nejen informační úlohu, ale je zde také možnost jejich dalšího využití jako např. možnost rezervace dráhy či baru přes internet, či možnost on line sledování motokárové dráhy přes webovou kameru apod.

### **3.5 Porterův model konkurenčních sil**

Jedná se o model pro zkoumání konkurentů našeho podniku, ať již potenciálních nebo reálně existujících, určuje konkurenční tlaky a rivalitu na trhu. Tento model sleduje pět základních sil a to: ohrožení ze strany nových potenciálních konkurentů, smluvní síla dodavatelů, smluvní síla odběratelů, hrozba substitutů a rivalita mezi stávajícími subjekty.

#### **3.5.1 Ohrožení ze strany vstupu nové konkurence**

Hrozba představuje potenciál vstupu nového konkurenta na trh. V současnosti se v městě Prostějov nenachází podnik, který by nabízel alespoň podobné služby, ani není znám žádný plán vstupu konkurenčního podniku na tento trh, ale to neznamená, že je možné toto riziko zanedbat. Trh je nové konkurenční dráze otevřen, a pokud by takovýto plán realizovalo více subjektů najednou, nebylo by pro všechny na trhu místo. Možnou překážkou vstupu na trh může být kapitálová náročnost. Podnik musí z počátku investovat řádově nemalé částky na nákup dlouhodobého hmotného majetku, vybudování dráhy, zařízení přilehlého baru. Provozování motokárové dráhy není náročnou činností, ale podstatné je získání výhodných a zároveň kvalitních prostor k vykonávání dané činnosti.

#### **3.5.2 Vyjednávací síla dodavatelů**

Síla dodavatele úměrně roste, pokud má dodavatel monopolní postavení či je malé množství substitutů v odvětví a nebo je jeho produkt důležitým vstupem. Čím silnější jsou dodavatelé, tím více si mohou diktovat ceny.

Síla dodavatelů v kartingovém podnikání by se dala ohodnotit jako středně závažná. V průběhu podnikání bude potřeba zajistit náhradní díly, sice produkt od dodavatele je důležitý pro chod podniku, ale dodavatelé náhradních dílů nejsou v monopolním postavení. Dodavatelů je dostatek, nebude problém najít kvalitního partnera, který bude schopen nabídnout adekvátní díly i nově vznikajícímu subjektu.

Dodavatelé uvítají nového odběratele na trhu, získají tak nového zákazníka, který bude odebírat jejich produkty, což je jejich cílem. Se zvyšujícím se počtem odběrů může náš podnik předpokládat získání různých slev, rabatů či bonusů od svých dodavatelů.

Mezi dodavatele náhradních dílů, se kterými bude podnik spolupracovat, mohu zařadit např. tyto:

- MOTOLAND Olomouc s.r.o.
- TON-CAR s.r.o.
- MS KART s.r.o.
- JOKA KART SHOP

Nelze opomenout i sílu dodavatelů pro přilehlý bar. Dodavatele v tomto případě tvoří spíše velké firmy, mají větší vyjednávací schopnost. Mezi dodavatele, kteří budou dodávat zboží baru patří :

- Pivovar STAROBRNO, a.s.
- Coca-Cola HBC Česká republika, s. r. o.
- Makro Cash & Carry ČR s.r.o
- ostatní dodavatelé

### **3.5.3 Vyjednávací síla odběratelů**

Odběratele podniku tvoří konečný zákazník, pro kterého je služba určena. Konkurence v nabídce kartingových služeb nedosahuje takové výše, aby zákazníci určovali cenu, cena ovšem musí být zvolena s přihlédnutím na zákazníky a obzvláště s ohledem na dodržení kvality služeb, kterou zákazníci očekávají a vyžadují. V současnosti se vysoká kvalita výrobků a služeb stává standardem obzvláště při současné úrovni konkurenčního prostředí. S tím je spojená i kvalifikovanost zaměstnanců.

### **3.5.4 Hrozba substitutů**

V širším slova smyslu by se za substituty daly považovat jakékoliv jiné indoorové aktivity jako je posilovna, plavání, bowling, squash a jiné. V užším slova smyslu lze za substituty považovat venkovní motokárové dráhy. U nich nejsou tak omezující podmínky z hlediska prostorového, ovšem jsou jen sezónního charakteru.

### **3.5.5 Rivalita mezi stávajícími konkurenty**

Intenzita konkurenčního boje je dána především množstvím, rozmanitostí konkurence. V oboru, ve kterém se podnik rozhodl podnikat, je poměrně snadné určit a analyzovat stávající konkurenci, neboť jde o nízký počet konkrétních zařízení, které tvoří přímou konkurenci. Jedná se o tyto konkurenty: Korený-racing, s.r.o. v Olomouci, ROOT Racing, s.r.o. v Lipníku nad Bečvou, Motokáry - Kart-centrum Radotín, Motokáry M&M s.r.o. v Uničově a poté motokárové dráhy nacházející se v Brně - KART ARENA BRNO, MOTOKÁRY BRNO – LÍŠEŇ, Motokáry Go Kart v Brně. Nejvýznamnějším konkurentem je Korený-racing, s.r.o. v Olomouci a to z hlediska geografického (cca 20 km od Prostějova), další výše zmíněné konkurenční dráhy se nacházejí ve vzdálenosti vyšší než 40 km (v případě brněnských motokárových drah se jedná dokonce o vzdálenost 60 km), proto nejsou pro náš podnik tak ohrožující.

Za nepřímé konkurenty můžeme považovat většinu restauračních zařízení v Prostějově nebo v okolí. Z tohoto pohledu je spoléháno na ojedinělou kombinaci motokárové dráhy a otevřeného baru zařízeného ve sportovním stylu motokár či jiných závodních prostředků.

## **3.6 Analýza konkurence**

Konkurencí jsou ostatní provozovatelé krytých motokárových drah v okolí a pak také provozovatelé různých zařízení sloužících k zábavě a trávení volného času obyvatelstva. Nejbližší permanentní motokárová dráha se nachází v Olomouci, jak již bylo zmíněno výše, ostatní motokárové dráhy nejsou pro podnik z hlediska geografického tak ohrožující.

### Korený-racing, s.r.o. v Olomouci

Provozovna dráhy se nachází na ulici Hanáckého pluku v 11. patře nadzemních garáží. Podnik se nachází poměrně blízko centra, v dojezdu linkami MHD. Motokárová dráha je rozložena do dvou pater. Délka dráhy je 280 metrů, minimální šířka 3,5 metrů a maximální 7 metrů, nachází se na ní 8 levotočivých a 7 pravotočivých zatáček. V depu



je k dispozici 6 motokár. K motokárové dráze je přidružen bar s kapacitou 90 míst k sezení.

**Obrázek č. 4: Provozovna konkurenčního podniku**



Zdroj: Lamborghini sport bar – kart arena [on-line]. [cit. 2011-04-23]  
dostupné z <<http://www.motokary-olomouc.cz/kart.html>>

Ceník:

- základní jízdné 10 minut - 190,- Kč za 1 jízdu
- při koupi 10-ti jízd najednou sleva – 170,- Kč za 1 jízdu
- pronájem dráhy + 5 motokár 1 hodina – za 5.000,- Kč
- 1 motokára 1 hodina – 990,- Kč
- Pronájem dráhy a baru s vyloučením veřejnosti 1 hodina – za 7.000,- Kč

Otevírací doba

- NE – ČT: 14 – 22 hod.
- PÁ, SO: 14 – 24 hod.

### 3.7 SWOT analýza

SWOT analýza je výstupem všech předchozích analýz. Při zahajování podnikatelské činnosti je velmi důležité posoudit své reálné možnosti k vybudování motokárové dráhy se stylově zařízeným barem, tyto možnosti jsou obsaženy v následující tabulce.

**Tabulka č. 10: SWOT analýza**

| <b>Silné stránky</b>          | <b>Slabé stránky</b>                |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| Díra na trhu                  | Vysoké počáteční investiční náklady |
| Vyjasněné vlastnické vztahy   | Začínající firma                    |
| Lokalita                      | Málo zkušeností s podnikáním        |
| Znalost konkurence            |                                     |
| Přiměřené ceny                |                                     |
| Krytá dráha, celoroční provoz |                                     |
| Stylové prostředí baru        |                                     |
| <b>Příležitosti</b>           | <b>Hrozby</b>                       |
| Nenaplněný trh                | Vstup nové konkurence na trh        |
| Zvýšit povědomí o podniku     | Hrozba substitutů                   |
| Rozšíření služeb              | Ekonomická krize                    |
| Pořádání firemních akcí       | Nedostatek zákazníků                |
| Rozšíření baru na restauraci  | Nárůst cen energií                  |

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Mezi nejsilnější stránky podniku patří možnost využít zaplnění díry na trhu a naopak mezi nejslabší stránky lze zařadit vysokou finanční náročnost při vybavování provozovny.

Jednoznačnou příležitostí je zvýšení povědomí o podniku a to správně zvoleným komunikačním mixem. Důležité je, aby i firmy měly možnost dovědět se o potenciálu provozovny motokárové dráhy při pořádání firemních akcí.

## 4 Návrh podnikatelského záměru

Tato část diplomové práce obsahuje praktické řešení, tedy vlastní návrh podnikatelského záměru, který podá stručnou představu o plánovaném podnikání v oblasti provozování motokárové dráhy a hostinské činnosti.

Pro realizaci podnikatelského záměru jsou možné dvě varianty a to:

- **Varianta 1:** Koupě a rekonstrukce stávajícího objektu
- **Varianta 2:** Pronájem a úprava prostor

Pro každou variantu zvlášť budou vyčísleny investiční náklady. Jednotlivé varianty budou charakterizovány a ohodnoceny níže.

### 4.1 Volba právní formy podnikání a založení společnosti

Po zvážení všech faktorů se jako nejlepší řešení pro volbu právní formy podnikání jeví společnost s ručením omezeným. Významné faktory při výběru právní formy podnikání tvoří rozsah podnikání, omezené ručení za závazky společnosti.

Společnost zakládají dva společníci, z nichž každý složí peněžitý vklad 500 000,- Kč z vlastních naspořených peněz. Základní kapitál společnosti tedy splňuje povinných minimálních 200 000,- Kč a celkem činí 1 000 000,- Kč. Statutárním orgánem jsou oba dva vlastníci společnosti, berou na sebe právní odpovědnost za chod společnosti, vedení účetnictví, povinnosti vůči úřadům atd. Oba dva zakládající společníci jsou zároveň jednatelem společnosti. Jednatelé na základě společenské smlouvy mohou jednat jménem společnosti samostatně a nerozdílně.

Pro založení společnosti je nutno sepsat a uzavřít společenskou smlouvu formou notářského zápisu, dále je potřeba doložit výpisy z rejstříku trestů obou jednatelů, doklady od finančního úřadu, které potvrzují, že jednatelé nemají nedoplatky na daních a v neposlední řadě čestné prohlášení, podpisové vzory obou jednatelů a stanovit sídlo společnosti.

Následuje založení účtu v bance, na který je složen vklad každého společníka. Dále se na Živnostenském úřadě v Prostějově musí ohlásit dané živnosti. Dle nařízení vlády ze dne 23. července 2008, o obsahových náplních jednotlivých živností, ve znění nařízení vlády č. 288/2010 Sb. provozování motokárové dráhy spadá do:

- obsahové náplně živností volných
  - konkrétně tj. provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí,<sup>54</sup>
  - volná živnost je živnost opravňující k výkonu činností, pro jejichž provozování zákon nevyžaduje prokazování odborné ani jiné způsobilosti,<sup>55</sup>
  - k získání živnostenského oprávnění pro živnost volnou musí ohlašovatel splňovat pouze všeobecné podmínky pro provozování živnosti.<sup>56</sup>

Provozování baru spadá do:

- obsahové náplně živností řemeslných
  - konkrétně tj. hostinská činnost
  - podmínkou provozování živnosti je odborná způsobilost získaná vyučením v oboru. Odborná způsobilost se prokazuje dokladem o:
    - a) řádném ukončení středního vzdělání s výučním listem v příslušném oboru vzdělání,
    - b) řádném ukončení středního vzdělání s maturitní zkouškou v příslušném oboru vzdělání, nebo s předměty odborné přípravy v příslušném oboru,
    - c) řádném ukončení vyššího odborného vzdělání v příslušném oboru vzdělání,
    - d) řádném ukončení vysokoškolského vzdělání v příslušné oblasti studijních programů a studijních oborů,

---

<sup>54</sup> Nařízení vlády ze dne 23. července 2008, o obsahových náplních jednotlivých živností. [on-line]. 2011 [cit. 2011-03-03]. Dostupné z: <[download.mpo.cz/get/35329/48365/572489/priloha001.pdf](http://download.mpo.cz/get/35329/48365/572489/priloha001.pdf)>

<sup>55</sup> Brněnský magistrát [on-line]. 2011 [cit 2011-03-04]. Dostupné z:

<<http://oko.brno.cz/index.php?nav01=1248&nav02=2226&nav03=1031&nav04=16727&nav05=1378>>

<sup>56</sup> tamtéž

- e) uznání odborné kvalifikace, vydané uznávacím orgánem podle zákona o uznávání odborné kvalifikace, nebo
  - f) ověření nebo uznání dosažené úplné kvalifikace pro příslušný obor na základě zákona o uznávání výsledků dalšího vzdělávání.<sup>57</sup>
- danou odbornou způsobilost splňuje jeden ze zakládajících členů, je ji možno prokázat maturitním vysvědčením ze střední hotelové školy, dále také bakalářským diplomem ze studijního programu Gastronomie, hotelnictví a turismus, absolvovaném na Obchodně podnikatelské fakultě v Karviné, Slezská univerzita v Opavě.

Do 3 měsíců, přesněji do 90-ti dnů, od založení společnosti se musí podat návrh na zápis do obchodního rejstříku. Po zápisu do obchodního rejstříku zbývá ještě registrace u správy sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovny a také na finančním úřadě.

## 4.2 Popis podniku

Tato část obsahuje základní charakteristiku o podniku a informace o zařízení provozovny. Provozovna bude rozdělena do dvou částí – motokárová dráha a bar.

### 4.2.1 Stručná charakteristika

**Tabulka č. 11: Základní údaje o podniku**

|                               |                                                |
|-------------------------------|------------------------------------------------|
| <b>Název společnosti</b>      | <b>ESO kart centrum, s.r.o.</b>                |
| <b>Předmět podnikání</b>      | provozování motokárové dráhy, provozování baru |
| <b>Právní forma podnikání</b> | společnost s ručením omezeným                  |
| <b>Zakladatelé</b>            | Bc. Eva Kopečná, Josef Václavek                |
| <b>Základní kapitál</b>       | 1 000 000,- Kč                                 |
| <b>Zahájení činnosti</b>      | 1.6.2011                                       |
| <b>Místo podnikání</b>        | Prostějov, 796 04                              |
| <b>Www stránky</b>            | www.motokáry-prostejov.cz                      |
| <b>Kontakt</b>                | eso.kart.centrum@seznam.cz                     |

*Zdroj: Vlastní zpracování*

<sup>57</sup> Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v platném znění

## 4.2.2 Zařízení provozovny

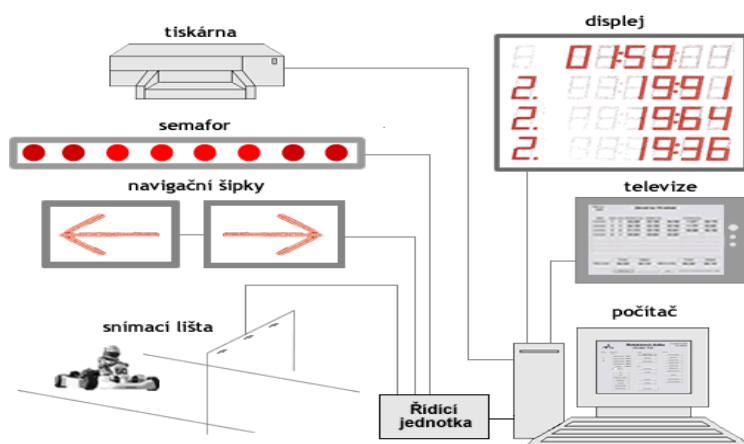
### Motokárová dráha

Přesné rozvržení dráhy bude vycházet z prostorových dispozic jednotlivých variant vybudování zázemí a počtu pneumatik. U obou variant je možné rozmístění dráhy do dvou podlaží, toto rozhodnutí je záměrné, aby byla dráha pokud možno co nejdelší, délka a kvalita dráhy vede k dosažení konkurenční výhody.

Na dráze bude od počátku k dispozici 6 ks motokár pro dospělé – MS Kart s motorem Honda 200 a 3 ks dětských motokár – MS Kart s motorem Honda 120. Později lze uvažovat o rozšíření vozového parku na 10-15 ks motokár pro dospělé a 5 ks dětských motokár. Zakoupení motokár bude realizováno od společnosti JOKA KART SHOP (nabídka se skládá z nových i bazarových typů motokár), tyto motokáry jsou připraveny pro komerční využití, cenová hladina je vzhledem ke kvalitě příznivá, stačí základní minimální provozní údržba. Motokáry jsou spolehlivé - vybaveny ochranným rámem kolem celého podvozku, což zajišťuje vyšší bezpečnost při možné kolizi ať už s dalšími jezdci či s bariérou z pneumatik.

Pro provoz motokárové dráhy je nutná spolehlivá časomíra řízená počítačem. Časy motokár jsou na principu přenosu kódu pomocí IC záření zaznamenávány elektronickým systémem (vysílače umístěné na motokárách + přijímací lišta + počítač). Všechny komponenty systému řídí počítač s příslušným programem.

### **Obrázek č. 5: Hlavní komponenty systému časomíry**



*Zdroj: Časomíra [on-line]. 2011 [cit. 2011-03-05].*

*Dostupné z: <<http://casomira.com/index.htm>>*

### **Stylově zařízený bar**

K motokárové dráze bude připojen i stylově zařízený bar. Tato volba byla téměř automatická. Zákazníci přicházející do podniku za účelem aktivně strávit volný čas na motokárách rádi uvítají i možnost posezení. Obzvláště v případě skupiny osob (více jak 4 osoby), kdy jezdci nejsou vpouštěni na trať z důvodu kolize najednou, ale v maximálním počtu 3 osoby a až po odjetí časového intervalu svých kolegů je mohou vystřídat. Mezičas lze strávit v baru, který díky rozměrným proskleným stěnám umožňuje pohled na trať, a tak lze sledovat dění na trati a závodící soupeře z bezprostřední blízkosti. Volbu přidruženého baru podtrhuje i provedené dotazníkové šetření, kdy 87% dotazovaných uvítalo možnost baru.

Kapacita baru bude 50 míst, dle dispozic lze libovolně uzpůsobit tak, aby co nejvíce odpovídal představám zákazníka a mohly se zde konat např. školící semináře, firemní akce, soukromé party nebo večírky.

## **4.3 Marketingový plán**

Tato kapitola obsahuje praktické vymezení základních prvků marketingového mixu 4P: Product (služba), Price (cena), Place (umístění), Promotion (propagace).

### **4.3.1 Product**

Hlavním produktem či spíše službou je zprostředkování jízdy na motokárové kryté dráze s celoročním provozem. Motokárová dráha bude využívána třemi způsoby.

První využití je určeno pro jízdy široké veřejnosti. Přejde-li jednotlivec či menší skupina, každá osoba zaplatí jízdné za jednu desetiminutovou jízdu. Na dráze mohou současně jet maximálně 3 jezdci. Jízda nebude závodem v pravém slova smyslu, protože jezdci budou soutěžit pouze s časem a o to, kdo zajede nejlepší celkový čas, popřípadě nejlepší kolo. Jezdcům je vybrána vhodná helma odpovídající jejich proporcím hlavy, na přání zákazníka zde bude možnost zapůjčení kombinézy, rukavic.

Poté jezdce čeká instruktáž o pravidlech jízdy a bezpečnosti na motokáře. Po instuktáži jezdci mohou nasednout do svých motokár a budou obsluhou vypouštěni na trať v určitých intervalech tak, aby bylo minimalizováno riziko kolize. Po odstartování se jednotlivým jezdčům začíná měřit čas. Po uplynutí daného časového limitu bude jezdčům signalizován červeným světlem na semaforu konec jízdy. Jezdci tedy dokončí kolo a zamíří do depa. Tímto je jízda ukončena. Jezdci si musí pamatovat startovní čísla svých motokár, jelikož po jízdě uvidí na obrazovce umístění a časy jednotlivých motokár, na požádání bude jezdčům vytištěn výpis z časomíry. Tento způsob využití dráhy bude zřejmě převládat. Dispozice dráhy lze upravit a dráhu přichystat i pro děti.

Druhý způsob využití je pořádání závodů. V tomto případě je potřeba, aby skupina jezdců, která bude závodit, byla dopředu rozdělená. Je možné, aby závodili jednotlivci nebo týmy s několika jezdci, kteří by se v průběhu závodu střídali. Při tomto způsobu využití bude zapotřebí administrativa spojená se startovními a výsledkovými listinami. Závody se skládají z těchto částí:

- trénink – volné ježdění, jehož účelem je, aby se jezdci seznámili s tratí, časy jsou měřeny pouze orientačně,
- kvalifikace – jezdci budou mít k dispozici 10-ti minutový časový interval k tomu, aby zajeli co nejrychlejší čas, na základě vyhodnocení těchto časů bude sestaveno startovací pořadí,
- závod – dle kvalifikačních výsledků se jezdci seřadí na startovacím poli. Závod bude odstartován mávnutím červené vlajky. Délka závodu bude záležet na požadavcích zákazníka, v případě neprofesionálních jezdců se doporučuje maximální délka 20 minut.

Po dokončení závodů je dle nejlepších celkových časů sestavena výsledková listina a následuje vyhlášení vítězů, rozdání pohárů, jejichž zajištění spadá do kompetence provozovatele motokárové dráhy. Dále je zde dán prostor k předání dalších cen, pokud je má zákazník zajištěny či objednány.

V pořadí třetím způsobem využití motokárové dráhy je na soukromé, prezentační, firemní či jiné teambuildingové akce a večírky. Zákazník si v časovém předstihu rezervuje termín. Využití dráhy tímto způsobem bude možné po hodinách, hodinová



sazba bude stanovena v další části marketingového mixu. Jakým způsobem bude čas na trati využit, záleží na zákazníkovi a na jeho přání, ať už se jedná o volné jízdy či uspořádání vlastního závodu, jehož hlavním bodem bude získání firemního poháru apod. Vše bude konzultováno s obsluhou dráhy. Při rezervaci dráhy je pro využití vyhrazen i stylově zařízený bar s videoprojektorem, ozvučením a bezdrátovým mikrofonem. Na základě požadavků zákazníka lze zajistit program „šitý na míru“ – jedná se o zajištění občerstvení formou cateringu, zprostředkování projekce, zajištění služeb moderátora, živé hudby či hudby reprodukované, karaoke, dále také možnost degustací vín za přítomnosti someliéra, vystoupení různých umělců apod.

Bar lze pronajmout i samostatně, např. pro účely školení, přičemž dráha je uzavřena, aby během prezentace nerušil hluk motorů.

#### 4.3.2 Cena

Cena bude stanovena na základě těchto faktorů: náklady na provoz, konkurence, požadovaná marže. Ohled bude brán i na provedené dotazníkové šetření. Cena bude nižší než u konkurenčních podniků, musí ovšem pokrýt náklady. Podnik se musí snažit nabídnout lepší dostupnost, doplňkové služby, zvýhodnění množstevního nákupu.

**Tabulka č. 12: Ceník**

| služba                          | čas      | cena za 1 jízdu (včetně DPH) |
|---------------------------------|----------|------------------------------|
| <b>Motokáry pro dospělé</b>     |          |                              |
| Základní jízdné                 | 10 minut | 150,- Kč                     |
| Při zakoupení 10 jízd najednou* | 10 minut | 120,- Kč                     |
| Při zakoupení 20 jízd najednou* | 10 minut | 100,- Kč                     |
| <b>Dětské motokáry</b>          |          |                              |
| Základní jízdné                 | 10 minut | 100,- Kč                     |
| Při zakoupení 10 jízd najednou* |          | 80,- Kč                      |
| Při zakoupení 20 jízd najednou* |          | 70,- Kč                      |
| <b>Pronájem dráhy + bar</b>     |          |                              |
| 4 motokáry                      | 1 hodina | 3500,- Kč                    |
| 5 motokár                       | 1 hodina | 4000,- Kč                    |
| 6 motokár                       | 1 hodina | 5000,- Kč                    |
| <b>Pronájem pouze baru</b>      |          |                              |
| projektor                       | 1 hodina | 2000,- Kč                    |

*Zdroj: Vlastní zpracování*

V částce za pronájem motokár je zahrnuto: zapůjčení helem či kombinéz, rukavic, dále instruktáž, palivo, organizace závodu (kompletní závod včetně tréninků, kvalifikace, semifinálových jízd a jízdy finálové). V ceně je také sada medailí a diplomů pro vítěze.

Ceny nápojů, slaneého pečiva a jiných drobných doplňků budou složeny z nákupní ceny a marže 30 %.

#### 4.3.3 Umístění

Umístění provozovny hraje v podnikání významný faktor. Výsledky dotazníkového průzkumu toto tvrzení potvrzují. Lokalita, dostupnost byla třetí nejčastěji uváděná odpověď na otázku důvodu volby návštěvy podniku.

Pro variantu 1 bude zvoleno umístění v lokalitě s výbornou dostupností městskou hromadnou dopravou. Daná lokalita splňuje i další podmínky jako: blízkost bytové zástavby, blízkost autobusového a vlakového nádraží, hustota pohybu lidí a dobré podmínky pro parkování.

**Obrázek č. 6: Umístění objektu pro variantu 1**



Zdroj: Mapy.cz. 2011 [on-line]. [cit. 2011-02-03]. Dostupné z: <[www.mapy.cz](http://www.mapy.cz)>

Pro variantu 2 bude zvolen pronájem nevyužívaného výrobního objektu na ul. Dolní v Prostějově. Objekt se nachází přímo u nájezdu na dálnici, bohužel s vyšší vzdáleností od centra, dostupnost městskou hromadnou dopravou je dobrá. Další kritéria, která lokalita splňuje: blízkost bytové zástavby, možnost parkování, nízká kriminalita. Nevýhodou je ovšem nižší hustota pohybu lidí.

**Obrázek č. 7: Umístění objektu pro variantu 2**



Zdroj: Mapy.cz. 2011 [on-line]. [cit. 2011-02-03]. Dostupné z: <[www.mapy.cz](http://www.mapy.cz)>

#### 4.3.4 Propagace

S ohledem ke specifiku nabízených služeb bude nejvhodnějším způsobem propagace na internetu. Prioritou budou kvalitně zpracované webové stránky podniku, které jsou vizitkou podniku. Na základě vzhledu a účelnosti těchto stránek si zákazník „udělá obrázek“ o podniku. Webové stránky budou obsahovat všechny potřebné informace o nabízených službách, ceník, otevírací dobu, galerii fotografií, výsledkové listiny jezdců a další potřebné informace. Klíčová bude možnost rezervace dráhy a baru.

Současně bude důležité registrovat webové stránky podniku na nejvyužívanějších vyhledávačích ([www.seznam.cz](http://www.seznam.cz), [www.google.cz](http://www.google.cz)) a využít formu kontextové tzv. PPC reklamy (pay-per-click = platba za proklik). Samozřejmostí bude propagace podniku na samotných stránkách města.

Další součástí reklamy na internetu je využití sociálních sítí. Většina mladých lidí je pravidelnými uživateli Facebooku, který má v České republice už přes 3 000 000 registrovaných fanoušků a toto číslo neustále narůstá. Neplacenou formou reklamy na této síti je tzv. stránka (Page), kde dochází k prezentaci firmy a jejich produktů. Má jednoduchou adresu, např. [www.facebook.com/motokaryProstejov](http://www.facebook.com/motokaryProstejov) a informace, které na ni tvůrce stránky uveřejní, uvidí všichni fanoušci na svém facebooku. Výhodou je vysoká účinnost této formy reklamy při nulových nákladech.

Televizní reklama se pro zvolený typ podnikání nehodí obzvláště svou cenou, ale také zaměřením podniku na lokální trh.

Pro podnik je výhodné využít reklamních letáků, které budou informovat o otevření nového motokárového centra s možností využití baru. Základem budou účelově vytvořené letáky, které potencionálního zákazníka osloví a zanechají stopu v jeho paměti. Letáky budou rozdávány na veřejných místech, ale také cíleně např. na středních, vysokých školách, nemělo by se opomenout oslovení firem, které mohou využít možnosti konání firemních akcí v prostorách podniku.

Podnik se zaměřuje na mladší cílovou skupinu, proto pro zvýšení podpory prodeje bude vhodné navázat spolupráci s GTS ALIVE s.r.o. Tato společnost je oficiálním vydavatelem mezinárodních identifikačních průkazů (ISIC), mládeže do 26 let (ALIVE) a pedagogické veřejnosti (ITIC) pro Českou republiku na základě pověření International Student Travel Confederation (ISTC). Spolupráce spočívá v poskytování slev držitelům těchto karet. Výši slevy si určuje podnik, který slevu poskytuje. Za poskytnutí slev daný podnik obdrží marketingovou podporu ve formě propagace na internetovém portálu [www.isic.cz](http://www.isic.cz) a [www.isic.org](http://www.isic.org), dále v ALIVE magazínu a na ISIC ALIVE Tour.

#### **4.4 Personální zajištění**

Pro zajištění provozu motokárové dráhy není zapotřebí velký počet zaměstnanců. Ten je závislý na velikosti dráhy, počtu motokár a v neposlední řadě na četnosti jezdců. Pro potřeby naší dráhy bude zapotřebí minimálně jedna osoba.

Provoz dráhy bude 7 dní v týdnu:

- PO-ČT 14-22 hod.
- PÁ 14-24 hod.
- SO 12-24 hod.
- NE 12-21 hod.

Pro výkon obsluhy dráhy ve všedních dnech, tedy PO-PÁ, bude potřeba zaměstnat dodatečného pracovníka. Obsluhu dráhy o víkendech bude zajišťovat vedoucí, tím bude jeden ze zakládajících členů. Popis náplně jednotlivých funkcí:

- obsluha dráhy - pro všední dny – bude zajišťovat prodej jízdy, obsluhu zařízení časomíry, zadávání výsledků jízdy do počítače, pomoc jezdcům z případných nesnází. Požadovanou kvalifikací je příjemné vystupování, komunikativnost, schopnost práce na PC, základní znalost cizího jazyka, spolehlivost. Práce na plný úvazek, navrhovaná hrubá mzda činí 15 000,- Kč, zaměstnanec může dle potřeby doplňovat vedoucí pracovník,
- vedoucí pracovník pro motokárovou dráhu - o víkendech – náplní práce bude kromě činností zmíněných u obsluhy dráhy také kontrola bezpečnosti motokár, dráhy, dále zajištění pořádání závodů a s nimi spojené administrativy, ceny pro vítěze. Navrhovaná hrubá mzda činí 18 000,- Kč.

Provoz přidruženého baru bude odpovídat provozní době motokárové dráhy, nutno zajistit provoz 1 dodatečným číšníkem/servírkou a vedoucím pro bar, z toho jeden na práci v době všedních dnů a druhý na práci o víkendech, popřípadě pro možné střídání. Práci o víkendech bude alespoň ze začátku zajišťovat druhý zakládající člen podniku, pro výkon práce ve všedních dnech bude potřeba zaměstnat dodatečného zaměstnance. Popis náplně jednotlivých funkcí:

- číšník/servírka – pro všední dny – obsluha hostů, příprava baru pro firemní prezentace, akce. Zaměstnanec může dle potřeb doplnit vedoucí pracovník baru. Práce na plný pracovní úvazek, navrhovaná hrubá mzda 15 000,- Kč
- vedoucí pracovník pro bar – o víkendech – popis náplně práce shodný jako u předešlé pozice. Hrubá mzda 18 000,- Kč.

Účetnictví a zpracování daňových přiznání bude v kompetenci jednatelů podniku.

## 4.5 Investiční náklady podnikatelského záměru

V této části budou specifikovány jednotlivé varianty a vyčísleny jejich náklady a následně zvolená výhodnější varianta pro realizaci podnikatelského záměru.

### 4.5.1 Shodné investiční náklady pro variantu 1 i 2

#### Počáteční náklady zajištění provozu motokárové dráhy a baru

Počáteční náklady zahrnují administrativní náklady na založení společnosti, náklady na nákup počátečního zařízení, vybavení a náklady na propagaci. Celková výše počátečních nákladů by měla činit přibližně 739 000,- Kč, výčet jednotlivých položek je obsažen v tabulce č. 13, výše cen vychází z průměrných nabídek na trhu.

**Tabulka č. 13: Počáteční náklady na zajištění provozu motokárové dráhy a baru**

| Činnost                                     | Cena              |
|---------------------------------------------|-------------------|
| Poplatky za ohlášení 2 živnosti             | 2 000 Kč          |
| Zápis do obchodního rejstříku               | 5 000 Kč          |
| Sepsání společenské smlouvy u notáře        | 3 200 Kč          |
| Registrace společnosti k daním              | 1 000 Kč          |
| Ostatní poplatky (výpis z rejstříku trestů) | 150 Kč            |
| Pořízení motokár pro dospělé (6 ks)         | 453 800 Kč        |
| Pořízení dětských motokár (3ks)             | 60 000 Kč         |
| Pořízení příslušenství                      | 2 000 Kč          |
| Pořízení časomíry + semafor                 | 63 350 Kč         |
| Vybavení kanceláře                          | 25 000 Kč         |
| Vybavení baru                               | 45 000 Kč         |
| Vybavení zázemí pro zaměstnance             | 5 000 Kč          |
| Tvorba webových stránek                     | 13 000 Kč         |
| Propagace                                   | 10 500 Kč         |
| Finanční rezerva                            | 50 000 Kč         |
| <b>Celkem</b>                               | <b>739 000 Kč</b> |

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Vybavením baru se rozumí lednice na alkoholické nápoje (lednice na nealkoholické nápoje bude dodána od dodavatelské společnosti- Coca-cola zdarma), kávovar, kasa, inventář na podávání nápojů, pokrmů, stoly, židle a další stylové dekorace. Vybavením zázemí pro zaměstnance se rozumí lavičky, uzamykatelné skřínky a jednoduché vybavení kuchyňky.

#### 4.5.2 Návrh varianty 1

Varianta 1 - jedná se o koupi výrobní haly v průmyslovém areálu bývalého podniku Agrostroj, na ul. Vrahovická, Prostějov (viz marketingový mix, umístění). Hala se skládá z přízemí a 1. patra, každé podlaží zabírá cca 900 m<sup>2</sup>. Kromě bývalých výrobních a skladovacích prostor se zde nachází také kanceláře, sociální zařízení, šatny pro zaměstnance. Budova je ve velmi dobrém technickém stavu. Zastavěná plocha činí 1070 m<sup>2</sup>, ostatní plocha 176 m<sup>2</sup>, veškeré inženýrské sítě zajištěny, v budově se nachází lité podlahy, což také odpovídá podmínkám realizace podnikatelského záměru.

Budova vyhovuje svými proporcemi danému podnikatelskému záměru, prostory jsou dostatečné, parkovací místa zajištěna. Nutné pouze stavební úpravy, které zajistí propojení obou podlaží, poté by dráha dosahovala rozměrů cca 500 metrů.

##### Investiční náklady varianty 1

Pořizovací cena nemovitosti činí 4 000 000,- Kč, v budově bude potřeba provést stavební úpravy - propojení přízemí s 1. patrem ve dvou místech točivým sloupovým nájezdem, motokárová dráha by se tak mohla nacházet v obou podlažích.

**Tabulka č. 14: Celkové investiční náklady na variantu 1**

| <b>Činnost</b>                     | <b>Cena</b>         |
|------------------------------------|---------------------|
| Počáteční náklady                  | 739 000 Kč          |
| Pořizovací cena budovy             | 4 000 000 Kč        |
| Stavební práce - propojení podlaží | 250 000 Kč          |
| Nákup pneumatik                    | 3 000 Kč            |
| <b>Náklady celkem</b>              | <b>4 992 000 Kč</b> |

*Vlastní zpracování*

Nákup pneumatik zahrnuje pořízení ojetých, vyřazených pneumatik, které budou sloužit na dráze jako mantinely. Budou tedy plnit funkci pro vytyčení dráhy a také funkci bezpečnostní. Nákup bude realizován od autoservisů a sběrných dvorů. Pro tyto podniky jsou nepoužitelné pneumatiky odpadem, tedy přináší s sebou náklady na likvidaci, to je důvodem pouze symbolické odkupní ceny.

### 4.5.3 Návrh varianty 2

Varianta 2 – jde o pronájem průmyslového areálu o rozloze 1500m<sup>2</sup> nacházející se na ul. Dolní, Prostějov (viz. marketingový mix, umístění). Hlavní objekt je členěn jako patrový – velké haly s vyšším stropem - plocha 2 x 500 m<sup>2</sup> včetně vlastního sociálního zařízení a sprch, kanceláře v obou podlažích. V hale rozvody silové elektřiny a teplé vody, vysoce nosné podlahy. Odděleným objektem je vila (zastavěná plocha 170 m<sup>2</sup>) sloužící jako „sídlo vedení“ – 6 kanceláří, vybavená kuchyň, sociální zařízení včetně sprchy. Součástí je i vlastní oplocený dvůr s možností parkování. Majitel souhlasí se stavebními úpravami.

Objekt se nachází v méně frekventované oblasti, plocha pro vybudování motokárové dráhy je v porovnání s předchozí variantou menší, dráha by v případě varianty 2 dosahovala 250 metrů. Pozitivem je ovšem nižší náročnost na počáteční investice.

#### Investiční náklady varianty 2

Pronájem objektu činí 45 000,- Kč měsíčně, v budově bude také potřeba provést stavební úpravy - propojení přízemí s 1. patrem ve dvou místech točivým sloupovým nájezdem. Stavební práce a nákup pneumatik se liší od varianty 1, jedná se o menší prostory, proto i dané náklady jsou nižší.

**Tabulka č. 15: Celkové investiční náklady na variantu 2**

| <b>Činnost</b>                     | <b>Cena</b>         |
|------------------------------------|---------------------|
| Počáteční náklady                  | 739 000 Kč          |
| Pronájem                           | 45 000 Kč           |
| Stavební práce - propojení podlaží | 215 000 Kč          |
| Nákup pneumatik                    | 1 000 Kč            |
| <b>Náklady celkem</b>              | <b>1 000 000 Kč</b> |

*Vlastní zpracování*

### 4.5.4 Volba vhodnější varianty

V předcházející části byly nastíněny dvě možné varianty realizace podnikatelského záměru. Nyní se pokusím vyhodnotit výhody a nevýhody jednotlivých variant a na jejich základě se rozhodnout, která z variant bude pro realizaci vhodnější.



Značnou výhodou u varianty 2 jsou nízké investiční náklady, pro realizaci podnikatelského záměru by se nemusel brát úvěr. Ovšem při porovnání výše měsíční splátky za pronájem a měsíční splátky úvěru není velký rozdíl, pro podnik znamená přibližně shodný měsíční výdaj. U varianty 1 bude budova v osobním vlastnictví.

Pro variantu 1 hovoří i lepší lokalita s vyšší frekvencí výskytu lidí, výhodou je i blízké autobusové a vlakové nádraží, dá se předpokládat, že podnik by zde lákal větší počet zákazníků. V porovnání plochy, na které by se motokárová dráha nacházela, jednoznačně vítězí varianta 1 se svými 1800 m<sup>2</sup> oproti variantě 2 s 1000m<sup>2</sup>.

Díky těmto skutečnostem bych se přikláněla k **realizaci podnikatelského záměru podle varianty 1**, tedy podle varianty, která spočívá v koupi a rekonstrukci stávajícího objektu.

## **4.6 Finanční plán**

Ze dvou variant byla pro realizaci vybrána varianta 1 - koupě a rekonstrukce stávajícího objektu. Předpokládané investiční náklady na tuto variantu jsou **4 992 000 Kč,- Kč**.

### **4.6.1 Financování projektu**

Potřebný kapitál pro zřízení a následný provoz motokárové dráhy a baru bude financován částečně z vlastních zdrojů a částečně úvěrem. Vlastní zdroje se do podniku vloží formou základního kapitálu. Podíl, v jakém budou vlastní prostředky vloženy, bude upřesněn dle požadavků společníků. Úvěr u banky by měl být ve výši 4 000 000Kč.

#### **Vlastní zdroje**

- Vklady společníků 1 000 000 Kč

#### **Cizí zdroje**

- Úvěr pro podnikatele 4 000 000 Kč

V současné době je nabídka finančních institucí omezená. Při výběru vhodného podnikatelského úvěru se musí brát v úvahu, že podnik teprve vzniká, tzn. nemá žádné daňové přiznání či účetní závěrku, které banky obvykle vyžadují, mají tento požadavek přímo stanoven v podmínkách získání úvěru. Výhodou podnikatelského záměru na zřízení motokárové dráhy s barem je možnost ručení nemovitostí.

Dle nabídek trhu finančních institucí pro začínající podnikatele či podniky, kteří nemají daňově uzavřeno ani jedno 12-ti měsíční období a cílové částce výše úvěru nejvíce odpovídají tyto 2 možné úvěry:

- Provozní úvěr 5 PLUS od České spořitelny – pro financování provozních a investičních potřeb,
- Expres Business zajištěný od GE Money - pro financování provozních a investičních potřeb.

**Tabulka č. 16: Přehled vyhovujících bankovních úvěrů**

|                                                    | Česká spořitelna<br>Provozní úvěr 5 PLUS               | GE Money<br>Expres Business zajištěný                                                                           |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Maximální výše úvěru</b>                        | 5 000 000 Kč                                           | 5 000 000 Kč                                                                                                    |
| <b>Maximální doba splácení</b>                     | není určena                                            | 10 let                                                                                                          |
| <b>Forma splácení</b>                              | individuální splátkový kalendář                        | investiční část úvěru lze splácet formou anuit nebo odděleně splácet jistinu úvěru a úrok                       |
| <b>Možnost předčasného splacení</b>                | ne                                                     | ano                                                                                                             |
| <b>Rozhodnutí o schválení úvěru</b>                | do 5-ti dnů                                            | 1 den                                                                                                           |
| <b>Úroková sazba (% p.a)</b>                       | individuálně,<br>přibližně kolem 7 %                   | individuálně,<br>od 7,6%                                                                                        |
| <b>Poplatek za správu a vedení úvěru (měsíčně)</b> | 300 Kč                                                 | -                                                                                                               |
| <b>Poplatek za schválení a poskytnutí úvěru</b>    | individuálně, 0,5 % až 2 % z výše úvěru, min. 5.000 Kč | 5 000 Kč (podání žádosti, ve smlouvě může být stanoveno jinak), 0,5 %, min. 3.000 Kč měsíčně (poskytnutí úvěru) |
| <b>Zajištění úvěru</b>                             | -                                                      | nemovitostí, která nemusí být ve vlastnictví klienta                                                            |
| <b>Založení běžného účtu podmínkou</b>             | ano                                                    | ano                                                                                                             |

*Vlastní zpracování podle Finance.cz. [on-line]. 2011 [cit. 2011-03-03]. Dostupné z <www.finance.cz>*

Jako nejvhodnější se jeví Provozní úvěr od České spořitelny. Česká spořitelna patří mezi největší finanční domy působící v rámci České republiky. Zároveň patří k nejdéle působícím na českém trhu, v roce 2009 byla zvolena bankou roku. Provozní úvěr 5 PLUS je určen na financování provozních a investičních potřeb pro začínající podnikatele.

Úvěr bude ve výši 4 000 000 Kč a doba splácení je stanovena na 10 let. Předpokládaná výše úrokové sazby je stanovena na 7% (výše úrokové sazby se určuje individuálně, má na ni vliv vyšší počet faktorů, pro výpočet splátkového kalendáře formou anuity jsem proto zvolila odhadovanou pravděpodobnou sazbu). Pro stanovené parametry bude anuitní splátka úvěru na měsíc ve výši 46 713 Kč, počet splátek činí 119. V tabulce č.17 je obsažen návrh splátkového kalendáře pro jednotlivé roky. Návrh splátkového kalendáře pro jednotlivé měsíce je obsažen v příloze č. 2 této diplomové práce.

**Tabulka č. 17: Návrh splátkového kalendáře úvěru**

| <b>Anuita 46 713 Kč/měsíčně</b> |                |              |                         |
|---------------------------------|----------------|--------------|-------------------------|
| <b>Rok</b>                      | <b>Jistina</b> | <b>Úroky</b> | <b>Zbývajcí jistina</b> |
| <b>06-12/2011</b>               | 166 552        | 160 441      | 3 833 448               |
| <b>2012</b>                     | 301 778        | 258 781      | 3 531 670               |
| <b>2013</b>                     | 323 594        | 236 966      | 3 208 077               |
| <b>2014</b>                     | 346 986        | 213 573      | 2 861 091               |
| <b>2015</b>                     | 372 070        | 188 490      | 2 489 021               |
| <b>2016</b>                     | 398 967        | 161 593      | 2 090 054               |
| <b>2017</b>                     | 427 808        | 132 751      | 1 662 246               |
| <b>2018</b>                     | 458 734        | 101 825      | 1 203 512               |
| <b>2019</b>                     | 491 896        | 68 663       | 711 615                 |
| <b>2020</b>                     | 527 456        | 33 104       | 184 160                 |
| <b>04/2021</b>                  | 184 160        | 2 693        | 0                       |
| <b>celkem</b>                   | 4 000 000      | 1 558 879    |                         |

*Vlastní zpracování*

#### 4.6.2 Předpokládané provozní náklady

Provozní náklady motokárové dráhy a baru jsou rozděleny na náklady přímé a režijní. Přímé náklady se s rostoucím množstvím prodeje mění, nepřímé zůstávají stejné. Při kalkulaci přímých nákladů je zohledněn úbytek zákazníků v období prosinec-leden o 5% z důvodů vánočních svátků. Naopak v měsíci březnu počítám s přírůstkem zákazníků o 5%, kdy připadají na okres Prostějov obvykle jarní prázdniny a 7 % v období letních prázdnin tzn. červenec, srpen.

##### Přímé náklady

- přímý materiál – v této položce je vyčíslena výše zásob pro fungování baru. Tato cena je stanovena přibližným odhadem, který byl proveden po zjišťování z přibližně shodného podniku. Výše zásob baru je úměrná využití dráhy,
- přímá spotřeba pohonných hmot – průměrná spotřeba paliva je cca 3 l za 1 h, benzin Natural 95, průměrná cena paliva 35 Kč/l. Pro pesimistickou variantu počítám 5 jízď/hod., pro optimistickou 9 jízď/hod. a pro variantu realistickou 7 jízď/hod.,
- přímé mzdy - tato položka zahrnuje mzdy zaměstnanců a zakládajících členů,
- zdravotní a sociální pojištění zaměstnanců – v této položce je zahrnuta zákonem stanovená výše zdravotního a sociálního pojištění, které je zaměstnavatel povinen odvádět z mezd svých zaměstnanců.

Tabulka č. 18: Předpokládané přímé náklady

| Náklad/měsíc                | leden  | únor    | březen  | duben   | květen  | červen  | červenec | srpen   | září    | říjen   | listopad | prosinec |
|-----------------------------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|----------|----------|
| Pesimistická varianta – 30% |        |         |         |         |         |         |          |         |         |         |          |          |
| Př. náklady                 | 52 336 | 55 090  | 57 845  | 55 090  | 55 090  | 55 090  | 58 946   | 58 946  | 55 090  | 55 090  | 55 090   | 52 336   |
| Př. materiál                | 27 199 | 28 630  | 30 062  | 28 630  | 28 630  | 28 630  | 30 634   | 30 634  | 28 630  | 28 630  | 28 630   | 27 199   |
| Př. spotřeba pohon. hmot    | 25 137 | 26 460  | 27 783  | 26 460  | 26 460  | 26 460  | 28 312   | 28 312  | 26 460  | 26 460  | 26 460   | 25 137   |
| Optimistická varianta – 60% |        |         |         |         |         |         |          |         |         |         |          |          |
| Př. náklady                 | 95 242 | 100 254 | 105 266 | 100 254 | 100 254 | 100 254 | 107 272  | 107 272 | 100 254 | 100 254 | 100 254  | 95 242   |
| Př. materiál                | 49 995 | 52 626  | 55 257  | 52 626  | 52 626  | 52 626  | 56 310   | 56 310  | 52 626  | 52 626  | 52 626   | 49 995   |
| Př. spotřeba pohon. hmot    | 45 247 | 47 628  | 50 009  | 47 628  | 47 628  | 47 628  | 50 962   | 50 962  | 47 628  | 47 628  | 47 628   | 45 247   |
| Realistická varianta – 45%  |        |         |         |         |         |         |          |         |         |         |          |          |
| Př. náklady                 | 74 028 | 77 924  | 81 820  | 77 924  | 77 924  | 77 924  | 83 379   | 83 379  | 77 924  | 77 924  | 77 924   | 74 028   |
| Př. materiál                | 38 836 | 40 880  | 42 924  | 40 880  | 40 880  | 40 880  | 43 742   | 43 742  | 40 880  | 40 880  | 40 880   | 38 836   |
| Př. spotřeba pohon. hmot    | 35 192 | 37 044  | 38 896  | 37 044  | 37 044  | 37 044  | 39 637   | 39 637  | 37 044  | 37 044  | 37 044   | 35 192   |

*Vlastní zpracování*

## Režijní náklady

- měsíční splátka úvěru/pronájem – měsíční splátka úvěru formou anuity – 46713,- Kč,
- spotřeba energie, vody – částka je stanovena odhadem s přihlédnutím k daným prostorům, v zimních měsících je třeba počítat s vyšší energetickou spotřebou,
- telekomunikační náklady – jedná se o telefonní náklady + náklady spojené s užíváním internetu,
- kancelářské potřeby – tato položka obsahuje běžné kancelářské potřeby,
- opravy a údržba – položka obsahuje náklady spojené s provozní údržbou motokár, výměna oleje, pneumatik,
- ostatní poplatky – položka zahrnuje náklady spojené s provozní činností podniku, např. poplatky za odvoz odpadu.

**Tabulka č. 19: Předpokládané režijní náklady**

| Náklad/měsíc                  | leden          | únor           | březen         | duben          | květen         | červen         | červenec       | srpen          | září           | říjen          | listopad       | prosinec       |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Režijní náklady</b>        | <b>185 153</b> | <b>185 153</b> | <b>185 153</b> | <b>182 153</b> | <b>180 153</b> | <b>180 153</b> | <b>180 153</b> | <b>180 153</b> | <b>180 153</b> | <b>185 153</b> | <b>185 153</b> | <b>185 153</b> |
| <b>Splátka úvěru</b>          | 46 713         | 46 713         | 46 713         | 46 713         | 46 713         | 46 713         | 46 713         | 46 713         | 46 713         | 46 713         | 46 713         | 46 713         |
| <b>Spotřeba energie, vody</b> | 45 000         | 45 000         | 45 000         | 42 000         | 40 000         | 40 000         | 40 000         | 40 000         | 40 000         | 45 000         | 45 000         | 45 000         |
| <b>Mzdy</b>                   | 66 000         | 66 000         | 66 000         | 66 000         | 66 000         | 66 000         | 66 000         | 66 000         | 66 000         | 66 000         | 66 000         | 66 000         |
| <b>ZP a SP</b>                | 22 440         | 22 440         | 22 440         | 22 440         | 22 440         | 22 440         | 22 440         | 22 440         | 22 440         | 22 440         | 22 440         | 22 440         |
| <b>Náklady na propagaci</b>   | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          |
| <b>Telekomun. náklady</b>     | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          | 1 000          |
| <b>Kancelářské potřeby</b>    | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            |
| <b>Opravy a údržba</b>        | 2 000          | 2 000          | 2 000          | 2 000          | 2 000          | 2 000          | 2 000          | 2 000          | 2 000          | 2 000          | 2 000          | 2 000          |
| <b>Ostatní poplatky</b>       | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            | 500            |

*Vlastní zpracování*

V následující tabulce č. 20 jsou sečteny přímé a režijní náklady tedy provozní náklady celkem.

**Tabulka č. 20: Předpokládané celkové provozní náklady**

| Náklad/měsíc                   | leden   | únor    | březen  | duben   | květen  | červen  | červenec | srpen   | září    | říjen   | listopad | prosinec |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|----------|----------|
| <b>Pesimistická varianta</b>   |         |         |         |         |         |         |          |         |         |         |          |          |
| <b>Provozní náklady celkem</b> | 237 489 | 240 243 | 242 998 | 237 243 | 235 243 | 235 243 | 239 099  | 239 099 | 235 243 | 240 243 | 240 243  | 237 489  |
| <b>Přímé náklady</b>           | 52 336  | 55 090  | 57 845  | 55 090  | 55 090  | 55 090  | 58 946   | 58 946  | 55 090  | 55 090  | 55 090   | 52 336   |
| <b>Režijní náklady</b>         | 185 153 | 185 153 | 185 153 | 182 153 | 180 153 | 180 153 | 180 153  | 180 153 | 180 153 | 185 153 | 185 153  | 185 153  |
| <b>Optimistická varianta</b>   |         |         |         |         |         |         |          |         |         |         |          |          |
| <b>Provozní náklady celkem</b> | 280 395 | 285 407 | 290 419 | 282 407 | 280 407 | 280 407 | 287 425  | 287 425 | 280 407 | 285 407 | 285 407  | 280 395  |
| <b>Přímé náklady</b>           | 95 242  | 100 254 | 105 266 | 100 254 | 100 254 | 100 254 | 107 272  | 107 272 | 100 254 | 100 254 | 100 254  | 95 242   |
| <b>Režijní náklady</b>         | 185 153 | 185 153 | 185 153 | 182 153 | 180 153 | 180 153 | 180 153  | 180 153 | 180 153 | 185 153 | 185 153  | 185 153  |
| <b>Realistická varianta</b>    |         |         |         |         |         |         |          |         |         |         |          |          |
| <b>Provozní náklady celkem</b> | 259 181 | 263 077 | 266 973 | 260 077 | 258 077 | 258 077 | 263 532  | 263 532 | 258 077 | 263 077 | 263 077  | 259 181  |
| <b>Přímé náklady</b>           | 74 028  | 77 924  | 81 820  | 77 924  | 77 924  | 77 924  | 83 379   | 83 379  | 77 924  | 77 924  | 77 924   | 74 028   |
| <b>Režijní náklady</b>         | 185 153 | 185 153 | 185 153 | 182 153 | 180 153 | 180 153 | 180 153  | 180 153 | 180 153 | 185 153 | 185 153  | 185 153  |

*Vlastní zpracování*

#### 4.6.3 Předpokládané tržby

Na základě dotazování podniků provozujících kryté motokárové dráhy a k nim přičleněná podobná gastronomická střediska v oblasti vychází stanovení přibližně stejné návštěvnosti pro potřeby tohoto podnikatelského záměru. Plán tržeb je stanoven ve třech variantách – pesimistické, optimistické a realistické variantě. Pro pesimistickou variantu počítám s využitím motokár, baru na 30% (5 jízd/hod.) denně, pro optimistickou na 60% (9 jízd/hod.) a u realistické varianty na 45% (7 jízd/hod.) denně.

Výnosy z pořádaných akcí počítám s průměrnou cenou na osobu 350 Kč (v ceně je 1 jízda na motokáře – 150 Kč a průměrná tržba za osobu v baru – 200Kč), kapacita akce je maximálně 50 osob. Jedná se o nově založený podnik, podnik se musí teprve dostat do povědomí zákazníků, proto ze začátku vycházím s menším počtem pořádaných akcí - 4 krát za měsíc (v průměru 20 osob), v průběhu doby se četnost pořádaných akcí může zvyšovat (v pesimistické variantě budu tedy vycházet z pořádané akce 1 krát měsíčně, v optimistické 3 krát měsíčně a v realistické variantě 2 krát měsíčně).

Dále je zohledněn úbytek zákazníků v období prosinec-leden o 5% z důvodů vánočních svátků. Naopak v měsíci březnu počítám s přírůstkem zákazníků o 5%, kdy připadají na okres Prostějov obvykle jarní prázdniny a 7 % v období letních prázdnin tzn. červenec, srpen.

**Tabulka č. 21: Předpokládané příjmy v jednotlivých měsících**

| Položka                             | leden   | únor    | březen  | duben   | květen  | červen  | červenec | srpen   | září    | říjen   | listopad | prosinec |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|----------|----------|
| <b>Pesimistická varianta – 30 %</b> |         |         |         |         |         |         |          |         |         |         |          |          |
| Výnosy z prodeje                    | 217 240 | 228 400 | 239 380 | 228 400 | 228 400 | 228 400 | 243 880  | 243 880 | 228 400 | 228 400 | 228 400  | 217 240  |
| - jízdy pro veřejnost               | 175 200 | 184 500 | 193 650 | 184 500 | 184 500 | 184 500 | 197 400  | 197 400 | 184 500 | 184 500 | 184 500  | 175 200  |
| - z pořádaných akcí                 | 7 000   | 7 000   | 7 000   | 7 000   | 7 000   | 7 000   | 7 000    | 7 000   | 7 000   | 7 000   | 7 000    | 7 000    |
| - bar                               | 35 040  | 36 900  | 38 730  | 36 900  | 36 900  | 36 900  | 39 480   | 39 480  | 36 900  | 36 900  | 36 900   | 35 040   |
| <b>Optimistická varianta – 60%</b>  |         |         |         |         |         |         |          |         |         |         |          |          |
| Výnosy z prodeje                    | 381 180 | 400 080 | 418 980 | 400 080 | 400 080 | 400 080 | 426 720  | 426 720 | 400 080 | 400 080 | 400 080  | 381 180  |
| - jízdy pro veřejnost               | 300 150 | 315 900 | 331 650 | 315 900 | 315 900 | 315 900 | 338 100  | 338 100 | 315 900 | 315 900 | 315 900  | 300 150  |
| - z pořádaných akcí                 | 21 000  | 21 000  | 21 000  | 21 000  | 21 000  | 21 000  | 21 000   | 21 000  | 21 000  | 21 000  | 21 000   | 21 000   |
| - bar                               | 60 030  | 63 180  | 66 330  | 63 180  | 63 180  | 63 180  | 67 620   | 67 620  | 63 180  | 63 180  | 63 180   | 60 030   |
| <b>Realistická varianta – 45%</b>   |         |         |         |         |         |         |          |         |         |         |          |          |
| Výnosy z prodeje                    | 301 280 | 316 400 | 331 520 | 316 400 | 316 400 | 316 400 | 337 640  | 337 640 | 316 400 | 316 400 | 316 400  | 301 280  |
| - jízdy pro veřejnost               | 239 400 | 252 000 | 264 600 | 252 000 | 252 000 | 252 000 | 269 700  | 269 700 | 252 000 | 252 000 | 252 000  | 239 400  |
| - z pořádaných akcí                 | 14 000  | 14 000  | 14 000  | 14 000  | 14 000  | 14 000  | 14 000   | 14 000  | 14 000  | 14 000  | 14 000   | 14 000   |
| - bar                               | 47 880  | 50 400  | 52 920  | 50 400  | 50 400  | 50 400  | 53 940   | 53 940  | 50 400  | 50 400  | 50 400   | 47 880   |

*Vlastní zpracování*

#### 4.6.4 Předpokládané cash-flow

Z výše uvedených celkových příjmů a výdajů jsem vytvořila cash-flow pro prvních 5 let podnikání. Pro následující roky je předpokládána inflace 1,7-2%. Peněžním vkladem je považován počáteční vklad pro podnikání.

**Tabulka č. 22: Předpokládané cash-flow 06-12/2011 – 2015**

| <b>Pesimistická varianta 30%</b> |                  |                  |                  |                  |                  |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Rok                              | 6-12/2011        | 2012             | 2013             | 2014             | 2015             |
| Inflace                          | 1,70%            | 2%               | 2%               | 2%               | 2%               |
| Peněžní vklady                   | 5 000 000        | -                | -                | -                | -                |
| <b>Příjmy</b>                    | <b>1 618 600</b> | <b>2 815 628</b> | <b>2 871 941</b> | <b>2929380</b>   | <b>2987968</b>   |
| Tržby                            | 1 618 600        | 2 815 628        | 2 871 941        | 2929380          | 2987968          |
| <b>Výdaje</b>                    | <b>1 666 659</b> | <b>2 917 073</b> | <b>2 975 414</b> | <b>3034922</b>   | <b>3 095 620</b> |
| Počáteční výdaje                 | 4 992 000        | -                | -                | -                | -                |
| Provozní výdaje                  | 1 666 659        | 2 917 073        | 2 975 414        | 3034922          | 3 095 620        |
| <b>Zisk před zdaněním</b>        | <b>-40 059</b>   | <b>-101 445</b>  | <b>-103 473</b>  | <b>-105 542</b>  | <b>-107 652</b>  |
| <b>Daň</b>                       |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>Zisk po zdanění</b>           |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>Optimistická varianta 60%</b> |                  |                  |                  |                  |                  |
| Rok                              | 6-12/2011        | 2012             | 2013             | 2014             | 2015             |
| Inflace                          | 1,70%            | 2%               | 2%               | 2%               | 2%               |
| Peněžní vklady                   | 5 000 000        | -                | -                | -                | -                |
| <b>Příjmy</b>                    | <b>2 834 940</b> | <b>4 932 047</b> | <b>5 030 688</b> | <b>5 131 302</b> | <b>5 233 928</b> |
| Tržby                            | 2 834 940        | 4 932 047        | 5 030 688        | 5 131 302        | 5 233 928        |
| <b>Výdaje</b>                    | <b>1 986 873</b> | <b>3 474 026</b> | <b>3 543 507</b> | <b>3 614 377</b> | <b>3 686 665</b> |
| Počáteční výdaje                 | 4 992 000        | -                | -                | -                | -                |
| Provozní výdaje                  | 1 986 873        | 3474026          | 3 543 507        | 3 614 377        | 3 686 665        |
| <b>Zisk před zdaněním</b>        | <b>856 067</b>   | <b>1 458 021</b> | <b>1 487 181</b> | <b>1 516 925</b> | <b>1 547 263</b> |
| Základ daně                      | 856 000          | 1 458 000        | 1 487 000        | 1 516 000        | 1 547 000        |
| Daň                              | 162 640          | 277 020          | 282 530          | 288 040          | 293 930          |
| <b>Zisk po zdanění</b>           | <b>693 427</b>   | <b>1 181 001</b> | <b>1 204 651</b> | <b>1 228 885</b> | <b>1 253 333</b> |
| <b>Realistická varianta 45%</b>  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Rok                              | 6-12/2011        | 2012             | 2013             | 2014             | 2015             |
| Inflace                          | 1,70%            | 2%               | 2%               | 2%               | 2%               |
| Peněžní vklady                   | 5 000 000        | -                | -                | -                | -                |
| <b>Příjmy</b>                    | <b>2 242 160</b> | <b>3 900 643</b> | <b>3 978 656</b> | <b>4 058 229</b> | <b>4 139 394</b> |
| Tržby                            | 2 242 160        | 3 900 643        | 3 978 656        | 4 058 229        | 4 139 394        |
| <b>Výdaje</b>                    | <b>1 828 553</b> | <b>3 198 657</b> | <b>3 262 630</b> | <b>3 327 883</b> | <b>3 394 441</b> |
| Počáteční výdaje                 | 4 992 000        | -                | -                | -                | -                |
| Provozní výdaje                  | 1 828 553        | 3 198 657        | 3 262 630        | 3 327 883        | 3 394 441        |
| <b>Zisk před zdaněním</b>        | <b>421 607</b>   | <b>701 986</b>   | <b>716 026</b>   | <b>730 346</b>   | <b>744 953</b>   |
| Základ daně                      | 421 000          | 701 000          | 716 000          | 730 000          | 744 000          |
| Daň                              | 79 990           | 133 190          | 136 040          | 138 700          | 141 360          |
| <b>Zisk po zdanění</b>           | <b>341 617</b>   | <b>568 796</b>   | <b>579 986</b>   | <b>591 646</b>   | <b>603 593</b>   |

*Vlastní zpracování*



## 4.7 Ekonomické ukazatele

Další důležitou částí podnikatelského záměru je vyčíslení ekonomických ukazatelů, jejichž pomocí se hodnotí ekonomická efektivnost investičních projektů.

### 4.7.1 Čistá současná hodnota a doba návratnosti

Pro potřeby výpočtu čisté současné hodnoty jsem stanovila následující kritéria:

- životnost projektu činí 10 let, tento časový horizont volím z důvodu předpokládané délky splácení úvěru. Pravděpodobné je, že po 10-ti letech bude potřeba nových investic na modernizaci objektu, obnovení vozového parku,
- při stanovení diskontní sazby vycházím z diskontní sazby pro středně rizikové projekty, sazba pro projekty tohoto typu je 8-10%. Pro výpočet jsem využila 8% úrokovou sazbu,
- výdaje potřebné k uskutečnění projektu tvoří celkové počáteční náklady

**Tabulka č. 23: Čistá současná hodnota a doba návratnosti**

|                              | ČSH       | DN              |
|------------------------------|-----------|-----------------|
| <b>Pesimistická varianta</b> | - 666 662 | -               |
| <b>Optimistická varianta</b> | 7 971 969 | 4 roky 2 měsíce |
| <b>Realistická varianta</b>  | 3 845 739 | 8 let 3 měsíce  |

*Vlastní zpracování*

Čistá současná hodnota optimistické a realistické varianty je větší než 0, tedy kladná. Projekt je při dané diskontní sazbě přijatelný, daný podnikatelský záměr je ziskový. Ovšem v případě pesimistické varianty (návštěvnost podniku na 30%) je projekt nepřijatelný. Pro podnikatelský záměr bude klíčovým prvkem, aby návštěvnost dosahovala alespoň 38%. Při této hodnotě se čistá současná hodnota blíží 0, tzn. projekt přestává být ztrátový.

Doba návratnosti investičního projektu je pro varianty optimistickou a realistickou přijatelná, pro pesimistickou je hodnota nerealizovatelná.

Celkový souhrn toku cash-flow a diskontovaného cash-flow pro období let 2011-2021 je obsažen v příloze č. 3 této diplomové práce.

#### 4.7.2 Ukazatelé rentability

Vývoj jednotlivých ukazatelů je zachycen v tabulce č. 24. Kromě pesimistické varianty, která vykazuje záporné hodnoty, všechny ostatní vypočítané ukazatele rentability ukazují na jejich výnosnost, postupně se zvyšují, to je pro projekt výhodné.

**Tabulka č. 24: Ukazatelé rentability**

|                              | 06-12/2011 | 2012     | 2013      | 2014      | 2015     |
|------------------------------|------------|----------|-----------|-----------|----------|
| <b>Pesimistická varianta</b> |            |          |           |           |          |
| <b>ROE</b>                   | -0,04006   | -0,10145 | -0,103473 | -0,105542 | -0,10765 |
| <b>ROA</b>                   | -0,00801   | -0,02029 | -0,020695 | -0,021108 | -0,02153 |
| <b>ROS</b>                   | -0,02475   | -0,03603 | -0,036029 | -0,036029 | -0,03603 |
| <b>Optimistická varianta</b> |            |          |           |           |          |
| <b>ROE</b>                   | 0,693427   | 1,181001 | 1,204651  | 1,228885  | 1,253333 |
| <b>ROA</b>                   | 0,171213   | 0,291604 | 0,297436  | 0,303385  | 0,309453 |
| <b>ROS</b>                   | 0,244601   | 0,239455 | 0,239461  | 0,239488  | 0,239463 |
| <b>Realistická varianta</b>  |            |          |           |           |          |
| <b>ROE</b>                   | 0,341617   | 0,568796 | 0,579986  | 0,591646  | 0,603593 |
| <b>ROA</b>                   | 0,084321   | 0,140397 | 0,143205  | 0,146069  | 0,148991 |
| <b>ROS</b>                   | 0,152361   | 0,145821 | 0,145774  | 0,145789  | 0,145817 |

*Vlastní zpracování*

Ukazatel výnosnosti vlastního kapitálu (ROE) říká, kolik korun čistého zisku připadá na jednu korunu investovanou do podniku.

Ukazatel výnosnosti aktiv (ROA) odráží celkovou výnosnost kapitálu bez ohledu na to, z jakých zdrojů byly jednotlivé činnosti financovány.

Ukazatel rentability tržeb (ROS) udává, kolik čistého zisku připadá na jednu korunu tržeb.

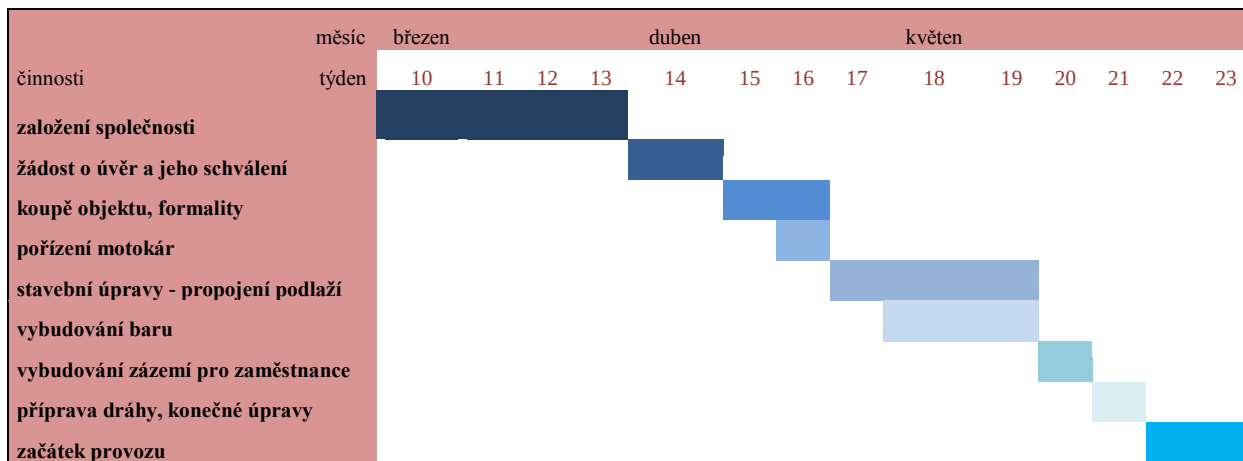
#### 4.8 Harmonogram realizace podnikatelského záměru

Začátek provozu je plánován na červen roku 2011. Do té doby je potřeba získat veškeré finanční prostředky, dokončit stavební úpravy, pořídit motokáry, vybavení apod. Propojení podlaží by nemělo být příliš časově náročné, doba těchto úprav by se měla

pohybovat v rozmezí 3-4 týdnů. Časově náročnější položkou bude založení společnosti, podání žádosti o úvěr a jeho následné získání.

Optimálním začátkem realizace projektu bude měsíc březen. V následujícím obrázku jsou znázorněny jednotlivé fáze projektu.

**Obrázek č. 8: Časový harmonogram**



*Vlastní zpracování*

## 4.9 Analýza rizik

Při analýze rizik nejprve následuje identifikace jednotlivých rizik a poté následuje strategie, jak tyto rizika zvládnout.

### 4.9.1 Identifikace rizik

Tato část se týká rozčlenění možností vzniku jednotlivých rizik podle jejich věcné stránky.

Rizika spojená s majetkem:

- riziko poškození majetku živelnými pohromami,
- krádež majetku.

Rizika spojená s poskytováním služeb:

- změna legislativy,
- úrazy zaměstnanců,
- nezájem zákazníků v důsledku zvýšení cen.

Rizika spojené s udržením se v konkurenčním prostředí:

- konkurenční ceny za služby,
- návštěvnost konkurenčních zařízení,
- zastarávání vybavení,
- vysoké provozní náklady.

Pro zhodnocení závažnosti rizika na činnost podniku a okolního prostředí se používá stupnice závažnosti od 1 (nejmenší dopad rizika) do 5 (největší dopad rizika).

**Tabulka č. 25: Vymezení stupně a pravděpodobnosti rizik**

|    | Riziko                              | Stupeň závažnosti | Pravděpodobnost výskytu |
|----|-------------------------------------|-------------------|-------------------------|
| R1 | Změna legislativy                   | 1                 | M                       |
| R2 | Zastarávání vybavení                | 1                 | S                       |
| R3 | Krádež majetku                      | 2                 | VM                      |
| R4 | Konkurenční ceny                    | 2                 | VM                      |
| R5 | Úrazy zaměstnanců                   | 3                 | S                       |
| R6 | Vysoké provozní náklady             | 3                 | S                       |
| R7 | Působení konkurence                 | 4                 | S                       |
| R8 | Nezájem zákazníků                   | 4                 | V                       |
| R9 | Poškození majetku živelnou pohromou | 5                 | VM                      |

*Vlastní zpracování*

Stupnice pravděpodobnosti výskytu rizik:

- VM** velmi malá pravděpodobnost výskytu  
**M** malá pravděpodobnost výskytu  
**S** střední pravděpodobnost výskytu  
**V** velká pravděpodobnost výskytu  
**ZV** zvlášť vysoká pravděpodobnost výskytu

**Tabulka č. 26: Matice rizik**

|   |       |    |       |    |    |
|---|-------|----|-------|----|----|
| 5 | R9    |    |       |    |    |
| 4 |       |    | R7    | R8 |    |
| 3 |       |    | R5+R6 |    |    |
| 2 | R3+R4 |    |       |    |    |
| 1 |       | R1 | R2    |    |    |
|   | VM    | M  | S     | V  | ZV |

*Vlastní zpracování*

Rozčleněné možnosti rizikových situací jsem rozdělila do matice rizik. Rizika nacházející se v oblasti zelených polí jsou zanedbatelná, lehce odstranitelná a málo nákladná.

Pro rizika nacházející se v oblasti žlutých polí je nutné se pojistit. Za nízkých nákladů se dá těmto rizikům předcházet, pravděpodobnost vzniku je sice minimální, avšak případně následky vzniku by byly nevyčíslitelné.

Rizika v oblasti červených polí představují pro podnik největší hrozbu, podnik si na ně musí dát pozor, snažit se neustále jim předcházet nebo snižovat možnost výskytu těchto rizik.

#### **4.9.2 Strategie zvládnutí rizik**

Zvládnutí rizik vyžaduje pravidelné monitorování rizika na všech úrovních. Předcházení rizikům tvoří nejlepší cestu k eliminaci rizik.

**R1 Změna legislativy** – pokud nastane změna v oblasti legislativy, podnik musí změnu přijmout, legislativní opatření jsou určena pro všechny nerozdílně.

**R2 Zastarávání vybavení** – nutno sledovat stav vybavení, vyhodnocovat jej a podle možností zařízení obnovovat nebo pořídit nové.

**R3 Krádež majetku** – proti tomuto riziku se dá majetek používaný k podnikatelské činnosti pojistit - jedná se především o motokáry. Drobné krádeže sklenic a jiného drobného inventáře baru neznamenaají pro podnik velkou újmu, jedná se o nízkou pořizovací ceny, proto jsou tyto náklady zanedbatelné.

**R4 Konkurenční ceny** – podnik má nižší ceny než konkurence, v případě že by i konkurenční podniky šly s cenou dolů, je nutno zareagovat zvýhodněnými akcemi, skupinovými slevami apod.

**R5 Úrazy zaměstnanců** – podnik si sjedná pojištění odpovědnosti za škodu vzniklou na životě a zdraví svých zaměstnanců.

**R6 Vysoké provozní náklady** – při výskytu tohoto rizika musí mít podnik na paměti snahu zvýšit provozní výnosy, aby byla zajištěna provozuschopnost podniku. Je nutné se zaměřit na období, ve kterém klesá návštěvnost.

**R7 Působení konkurence** – podnik musí zohledňovat působení konkurenčních podniků a snažit se přilákat co nejvíce zákazníků např. pravidelným pořádáním závodů, výhodnými cenovými nabídkami. Za významnou konkurenční výhodu považují délku motokárové dráhy, dráha takovýchto rozměrů se v okolních podnicích nenachází.

**R8 Nezájem zákazníků** – při existenci tohoto rizika podnik musí zvýšit vynakládání prostředků na podporu marketingu např. propagační letáky s kuponem na slevu

**R9 Poškození majetku živelnou pohromou** – pro případ výskytu tohoto rizika je pro podnik výhodné sjednat si pojištění proti škodám způsobeným živelnou pohromou.

#### **4.10 Strategie do budoucna**

V případě úspěchu podnikatelského záměru a jeho ziskovosti přinejmenším podle realistické varianty bude zapotřebí inovací, které úspěch podnikání v této oblasti ještě zvýší, podnik si vybuduje stabilní pozici na místním trhu.

Pro rozšíření portfolia služeb lze do budoucna uvažovat o navýšení vozového parku o další motokáry určené jak pro děti, tak i pro dospělé, které bude možno nabízet k zapůjčení, pronájmu. O investici do této inovace by však bylo vhodné uvažovat až po splacení celého úvěru.

Další významnou inovací do budoucna je propojení vnitřních prostor s venkovním prostorem pro účely rozšíření dráhy. Při příznivém počasí by bylo tedy využito i

venkovních prostor. Dráha by tak získala další konkurenční výhodu, kombinace kryté a venkovní motokárové dráhy je jedinečná.

Snahou podniku by také mělo být rozšiřování řad svých stálých členů. Čím rozsáhlejší bude stálá základna podniku, tím stabilnější a vyšší zisky bude podnik vykazovat. Pro zvýšení atraktivity a povědomí o podniku je důležité jak v současnosti, tak i do budoucna pořádání různých závodů o věcné ceny.

## **Závěr**

Cílem této diplomové práce bylo zpracovat ucelený podnikatelský záměr na založení kryté kartingové (motokárové) dráhy provozovanou společně s barem ve městě Prostějov, který by měl reálný předpoklad uplatnění se na současném trhu. Tento podnikatelský záměr by měl podnikateli sloužit jako určitý návod pro založení reálného podniku.

Práce je rozčleněná do čtyř hlavních kapitol. První dvě kapitoly jsou zaměřené na teoretický rámec. Z nichž první kapitola vymezuje cíle a danou problematiku a druhá shrnuje teoretická východiska potřebná pro zpracování této práce.

Pro výsledek práce je velmi významná třetí kapitola, která se zabývá analýzou současného stavu. Můžeme zde nalézt SLEPT analýzu, která je důležitým nástrojem poznání externího prostředí podniku, dále také Porterovu analýzu konkurenčních sil, analýzu zákazníků, trhu a stávající konkurence. Bez řádného marketingového průzkumu se v dnešní době neobejde žádný podnikatelský subjekt, a proto v rámci analýzy současného stavu byl proveden průzkum pro založení dané motokárové dráhy provozované společně s barem, který zjišťoval nejen předběžný zájem o nový podnik ale také potřeby a požadavky zákazníků. Výstupem této kapitoly je SWOT analýza. Z analýz je zřejmé, že pro daný typ podnikání jsou příznivé podmínky a také lze konstatovat, že podnik využije možnosti zaplnění díry na trhu. Dále je patrné, že potenciálními zákazníky budou převážně obyvatelé města Prostějova a okolí, většina bude tvořena zejména mladší popřípadě střední generací.

Z předcházejících kapitol vychází čtvrtá a zároveň poslední kapitola – návrh řešení podnikatelského záměru, která tvoří těžiště celé práce. Tato část obsahuje volbu právní formy podnikání, založení společnosti a popis podniku. Po zvážení všech faktorů se jako nejlepší řešení pro volbu právní formy podnikání jeví společnost s ručením omezeným, se kterou se váží výhody – omezené ručení za závazky společnosti, rozsah podnikání, malá administrativní náročnost apod.



Součástí poslední kapitoly je marketingový plán, který je charakterizován pomocí marketingového mixu 4P. Pro personální zajištění provozu motokárové dráhy a baru není potřeba vysokého počtu zaměstnanců.

Pro realizaci podnikatelského záměru byly zvoleny dvě možné varianty řešení, první varianta - koupě a rekonstrukce existujícího objektu a druhá - pronájem a následná úprava objektu. Pro každou variantu byly vyčísleny dané investiční náklady, na základě zvážení všech faktorů byla zvolena pro realizaci první varianta. Ke zvolené variantě jsem následně stanovila předpokládané budoucí cash-flow v pesimistické, optimistické a realistické variantě. Zároveň tyto hodnoty posloužily k hodnocení investice pomocí vybraných ekonomických ukazatelů. Ukazatel čistá současná hodnota poukazuje na ziskovost, výhodnost optimistické a realistické varianty, doba návratnosti investic je efektivní také u optimistické a realistické varianty. Při pesimistické variantě je podnikatelský záměr nerealizovatelný. V práci nebyl opomenut časový harmonogram realizace projektu, strategický výhled do budoucna a také analýza rizik.

Výše zmíněný cíl týkající se zpracování podnikatelského záměru na založení kryté kartingové (motokárové) dráhy provozovanou společně s barem byl splněn. Podnikání tohoto typu má ve zkoumané lokalitě reálnou šanci na úspěch.

## Seznam použitých zdrojů

### Monografické publikace

- [1] FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2.vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 214 s. ISBN 80-7169-812-1.
- [2] KORÁB, V., PETERKA, J, REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 1.vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [3] KORÁB, V., MIHALISKO, M., VAŠKOVIČOVÁ, J. *Založení a řízení podniků*. 2.vyd. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2008. 155 s. ISBN 978-80-214-3792-0
- [4] KOZEL, R a kol. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006. 277 s. ISBN 802470966X
- [5] VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*, 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 320 s. ISBN 978-80-247-2409-6
- [6] SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kol. *Základy podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5
- [7] STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9
- [8] REŽŇÁKOVÁ, M. *Finanční management 2. díl*. 3. vyd. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2005. 119 s. ISBN 80-214-3036-2
- [9] ZICHOVÁ, J., *Živnostenské podnikání*. Ostrava: KEY Publishing, 2008. 196 s. ISBN 978-80-7418-001-9.

## Internetové zdroje

- [10] *AutodromFoto.net*. [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-05]. Dostupné z:  
<<http://www.autodromfoto.net/>>
- [11] *Brněnský magistrát*. [on-line]. 2011 [cit. 2011-03-04]. Dostupné z:  
<<http://oko.brno.cz/index.php?nav01=1248&nav02=2226&nav03=1031&nav04=16727&nav05=1378>>
- [12] *BusinessInfo.cz* [on-line]. 20010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z:  
< <http://business.center.cz/>>
- [13] *Časomíra.cz* [on-line]. 2011 [cit. 2011-03-05]. Dostupné z:  
<<http://casomira.com/index.htm>>
- [14] *Český statistický úřad*. [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-05]. Dostupné z:  
<<http://www.czso.cz/>>
- [15] *Finance.cz*. [on-line]. 2011 [cit. 2011-03-03]. Dostupné z <[www.finance.cz](http://www.finance.cz)>
- [16] *Mapy.cz*. [on-line]. 2011 [cit. 2011-02-03]. Dostupné z: <[www.mapy.cz](http://www.mapy.cz)>
- [17] *Ministerstvo vnitra*. [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-04]. Dostupné z:  
<<http://www.mvcr.cz/>>
- [18] *Nariadení vlády ze dne 23. července 2008, o obsahových náplních jednotlivých živností*. [online]. 2011 [cit. 2011-03-03]. Dostupné z:  
<[download.mpo.cz/get/35329/48365/572489/priloha001.pdf](http://download.mpo.cz/get/35329/48365/572489/priloha001.pdf)>
- [19] *Podnikání*. [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z:  
<<http://www.czech.cz/cz/66346-jak-zalozit-spolecnost-s-rucnim-omezenym/>>

## **Zákony**

- [20] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění
- [21] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v platném znění

## Seznam tabulek

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabulka č. 1: Právní formy podnikání                                          | 19 |
| Tabulka č. 2: Struktura rozvahy ve zjednodušené podobě                        | 29 |
| Tabulka č. 3: Poměr věkové skupiny, pohlaví k zvolené odpovědi, v %           | 42 |
| Tabulka č. 4: Počet obyvatel v městě Prostějov a v okrese Prostějov           | 48 |
| Tabulka č. 5: Věkové rozložení v městě Prostějov a v okrese Prostějov         | 48 |
| Tabulka č. 6: Aktuální sazby daní                                             | 49 |
| Tabulka č. 7: Průměrná meziroční míra inflace za rok 2001-2010                | 51 |
| Tabulka č. 8: Vývoj míry nezaměstnanosti v okresech Olomouckého kraje         | 52 |
| Tabulka č. 9: Prognóza vývoje kurzu                                           | 52 |
| Tabulka č. 10: SWOT analýza                                                   | 58 |
| Tabulka č. 11: Základní údaje o podniku                                       | 61 |
| Tabulka č. 12: Ceník                                                          | 65 |
| Tabulka č. 13: Počáteční náklady na zajištění provozu motokárové dráhy a baru | 70 |
| Tabulka č. 14: Celkové investiční náklady na variantu 1                       | 71 |
| Tabulka č. 15: Celkové investiční náklady na variantu 2                       | 72 |
| Tabulka č. 16: Přehled vyhovujících bankovních úvěrů                          | 74 |
| Tabulka č. 17: Návrh splátkového kalendáře úvěru                              | 75 |
| Tabulka č. 18: Předpokládané přímé náklady                                    | 76 |
| Tabulka č. 19: Předpokládané režijní náklady                                  | 77 |
| Tabulka č. 20: Předpokládané celkové provozní náklady                         | 78 |
| Tabulka č. 21: Předpokládané příjmy v jednotlivých měsících                   | 79 |
| Tabulka č. 22: Předpokládané cash-flow 06/2011 – 2015                         | 80 |
| Tabulka č. 23: Čistá současná hodnota a doba návratnosti                      | 81 |
| Tabulka č. 24: Ukazatelé rentability                                          | 82 |
| Tabulka č. 25: Vymezení stupně a pravděpodobnosti rizik                       | 84 |
| Tabulka č. 26: Matice rizik                                                   | 85 |

## Seznam grafů

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Graf č. 1: Zájem o novou motokárovou dráhu                          | 41 |
| Graf č. 2: Důvod zájmu o novou motokárovou dráhu                    | 42 |
| Graf č. 3: Návštěvnost konkurenčních motokárových drah              | 43 |
| Graf č. 4: Názor respondenta na cenu jízdy na 10 minut              | 44 |
| Graf č. 5: Názor respondentů na dětskou motokárovou dráhu           | 44 |
| Graf č. 6: Preference respondentů                                   | 45 |
| Graf č. 7: Návštěvnost baru                                         | 45 |
| Graf č. 8: Pohlaví respondentů                                      | 46 |
| Graf č. 9: Věk respondentů                                          | 46 |
| Graf č. 10: Bydliště respondentů                                    | 46 |
| Graf č. 11: Nejistota budoucího vývoje inflace spotřebitelských cen | 51 |

## Seznam obrázků

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Obrázek č. 1: Postup při sestavování podnikatelského záměru | 24 |
| Obrázek č. 2: Historické motokáry                           | 37 |
| Obrázek č. 3: Motokára FORMULE C 125 cm <sup>3</sup>        | 38 |
| Obrázek č. 4: Provozovna konkurenčního podniku              | 57 |
| Obrázek č. 5: Hlavní komponenty systému časomíry            | 62 |
| Obrázek č. 6: Umístění objektu pro variantu 1               | 66 |
| Obrázek č. 7: Umístění objektu pro variantu 2               | 67 |
| Obrázek č. 8: Časový harmonogram                            | 83 |

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 2: Návrh splátkového kalendáře

Příloha č. 3: Souhrn cash-flow a diskontovaného cash-flow 2011-2021