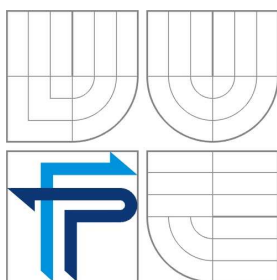


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV FINANCÍ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
DEPARTMENT OF FINANCES

NÁVRH PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU - TANEČNÍ ŠKOLA

PROPOSAL OF THE BUSINESS PLAN – DANCING SCHOOL

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

Zuzana Hovorková

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. Kučerová Vladimíra Ph.D.

BRNO, 2008

LICENČNÍ SMLOUVA POSKYTOVANÁ K VÝKONU PRÁVA UŽÍT ŠKOLNÍ DÍLO

uzavřená mezi smluvními stranami:

1. Pan/paní

Jméno a příjmení: Zuzana Hovorková
Bytem: Na Ostrově 154, Chrudim, 537 01
Narozen/a (datum a místo): 3.1.1986 v Chrudimi

(dále jen „autor“)

a

2. Vysoké učení technické v Brně

Fakulta podnikatelská
se sídlem Kolejní 2906/4, 612 00, Brno
jejímž jménem jedná na základě písemného pověření děkanem fakulty:

.....
(dále jen „nabyvatel“)

Čl. 1

Specifikace školního díla

1. Předmětem této smlouvy je vysokoškolská kvalifikační práce (VŠKP):

- ☐ disertační práce
 - ☐ diplomová práce
 - ☐ bakalářská práce
 - ☐ jiná práce, jejíž druh je specifikován jako
- (dále jen VŠKP nebo dílo)

Název VŠKP: Návrh podnikatelského záměru – taneční škola

Vedoucí/ školitel VŠKP: Ing. Kučerová Vladimíra Ph.D.

Ústav: Ústav financí

Datum obhajoby VŠKP:

VŠKP odevzdal autor nabyvateli v*:

- ☐ tištěné formě – počet exemplářů
- ☐ elektronické formě – počet exemplářů

2. Autor prohlašuje, že vytvořil samostatnou vlastní tvůrčí činností dílo shora popsané a specifikované. Autor dále prohlašuje, že při zpracovávání díla se sám nedostal do rozporu s autorským zákonem a předpisy souvisejícími a že je dílo dílem původním.

3. Dílo je chráněno jako dílo dle autorského zákona v platném znění.

4. Autor potvrzuje, že listinná a elektronická verze díla je identická.

* hodící se zaškrtněte

Článek 2

Udělení licenčního oprávnění

1. Autor touto smlouvou poskytuje nabyvateli oprávnění (licenci) k výkonu práva uvedené dílo nevýdělečně užít, archivovat a zpřístupnit ke studijním, výukovým a výzkumným účelům včetně pořizování výpisů, opisů a rozmnoženin.
2. Licence je poskytována celosvětově, pro celou dobu trvání autorských a majetkových práv k dílu.
3. Autor souhlasí se zveřejněním díla v databázi přístupné v mezinárodní síti
 - ☐ ihned po uzavření této smlouvy
 - ☐ 1 rok po uzavření této smlouvy
 - ☐ 3 roky po uzavření této smlouvy
 - ☐ 5 let po uzavření této smlouvy
 - ☐ 10 let po uzavření této smlouvy(z důvodu utajení v něm obsažených informací)
4. Nevýdělečné zveřejňování díla nabyvatelem v souladu s ustanovením § 47b zákona č. 111/ 1998 Sb., v platném znění, nevyžaduje licenci a nabyvatel je k němu povinen a oprávněn ze zákona.

Článek 3

Závěrečná ustanovení

1. Smlouva je sepsána ve třech vyhotoveních s platností originálu, přičemž po jednom vyhotovení obdrží autor a nabyvatel, další vyhotovení je vloženo do VŠKP.
2. Vztahy mezi smluvními stranami vzniklé a neupravené touto smlouvou se řídí autorským zákonem, občanským zákoníkem, vysokoškolským zákonem, zákonem o archivnictví, v platném znění a popř. dalšími právními předpisy.
3. Licenční smlouva byla uzavřena na základě svobodné a pravé vůle smluvních stran, s plným porozuměním jejímu textu i důsledkům, nikoliv v tísní a za nápadně nevýhodných podmínek.
4. Licenční smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.

V Brně dne:

.....
Nabyvatel

.....
Autor

Anotace

Práce představuje návrh podnikatelského plánu pro založení taneční školy v Hradci Králové. Slouží jako příprava pro úspěšné podnikání. Obsahuje návrh podnikatelského záměru, teorii nezbytnou pro jeho vytvoření, analýzu vnitřního a vnějšího prostředí, marketingovou analýzu a finanční analýzu, které budou aplikovány při tvorbě a činnosti společnosti.

Klíčová slova

Podnikatelský plán, taneční škola, marketingový plán, finanční plán

Annotation

This study is a proposal of a business plan to floatation the dancing school in Hradec Králové. The objective of this study is creating a business plan, describing a theory necessary for this work and analyzing surrounding, markets, estimated costs and incomes. The thesis prepares for a successful business career.

Key words

Business plan, dancing school, marketing plan, financial analysis

Bibliografická citace

HOVORKOVÁ, Z. *Návrh podnikatelského záměru - taneční škola*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2008. 64 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Vladimíra Kučerová, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci na téma Návrh podnikatelského záměru – taneční škola jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou všechny citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce.

Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že v souvislosti s vytvořením této bakalářské práce jsem neporušila autorská práva třetích osob, zejména jsem nezasáhla nedovoleným způsobem do cizích autorských práv osobnostních a jsem si plně vědom následků porušení ustanovení § 11 a následujících autorského zákona č. 121/2000 Sb., včetně možných trestněprávních důsledků vyplývajících z ustanovení § 152 trestního zákona č. 140/1961 Sb.

V Brně dne 30. května 2008

.....
podpis autora

Poděkování

Děkuji vedoucí bakalářské práce Ing. Vladimíře Kučerové, Ph.D. za účinnou metodickou, pedagogickou a odbornou pomoc a další cenné rady při zpracování mé bakalářské práce.

V Brně dne 30. května 2008

.....
podpis autora

Obsah

1	Úvod.....	10
2	Teoretická východiska práce	12
2.1	Vymezení termínu podnikatelský plán	12
2.2	Popis podniku	13
2.2.1	Název podniku, jeho sídlo, datum založení, působišť	13
2.2.2	Předmět podnikání	13
2.2.3	Právní forma, vlastnické vztahy.....	13
2.3	Analýza trhu.....	14
2.3.1	Průzkum trhu.....	14
2.3.2	SWOT analýza.....	14
2.3.3	Nástroje vnější analýzy podniku.....	15
2.3.4	Nástroje vnitřní analýzy podniku.....	19
2.4	Výrobní plán	19
2.5	Marketingový plán.....	19
2.6	Vedení a zaměstnanci	21
2.7	Další kroky při rozvoji podniku.....	22
2.8	Finanční plán.....	22
3	Analýza	23
3.1	Analýza trhu.....	23
3.2	Analýza obecného okolí - SLEPT analýza	24
3.2.1	Sociální faktory.....	24
3.2.2	Ekonomické faktory.....	25
3.2.3	Politické faktory a legislativní faktory.....	26
3.2.4	Technické a technologické faktory	26
3.2.5	Závěry z analýzy obecného okolí podniku	27
3.3	Porterův model konkurenčních sil	27
3.3.1	Vnitřní konkurence určitě je ten název dobře? Podle Korába ano	27
3.3.2	Nová konkurence	28
3.3.3	Zpětná integrace.....	28
3.3.4	Sektor dodavatelů	29

3.3.5	Riziko konkurence substitutů.....	29
3.3.6	Závěr z analýzy oborového okolí podniku	30
3.4	Analýza silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí – SWOT analýza....	30
3.4.1	Silné stránky	30
3.4.2	Slabé stránky.....	32
3.4.3	Příležitosti	33
3.4.4	Hrozby	33
3.4.5	Shrnutí SWOT analýzy	34
4	Návrh podnikatelského záměru	35
4.1	Název podniku, jeho sídlo, datum založení, působišť.....	35
4.2	Předmět podnikání	36
4.3	Právní forma, vlastnické vztahy.....	36
4.4	Vedení a zaměstnanci	36
4.5	Marketingový plán.....	37
4.5.1	Produkt.....	37
4.5.2	Cena a cenová politika.....	43
4.5.3	Distribuce.....	45
4.5.4	Marketingová komunikace (komunikační mix).....	46
4.6	Další kroky při rozvoji podniku.....	47
4.7	Finanční plán.....	48
4.7.1	Příjmy.....	48
4.7.2	Výdaje	52
4.7.3	Rozdíl odhadovaných příjmů a výdajů po prvním roce podnikání.....	54
4.7.4	Odhadované příjmy a výdaje v letech 2008 až 2010	54
4.7.5	Analýza bodu zvratu	56
5	Závěr	57
6	Seznam použité literatury	58
7	Přílohy.....	60

Seznam obrázků

Obrázek 1: Marketingový mix	19
Obrázek 2: Mapa okolí areálu TJ Slavia.....	46

Seznam tabulek

Tabulka 1: SWOT analýza.....	15
Tabulka 2: Shrnutí SWOT analýzy.....	34
Tabulka 3: Časový rozvrh v taneční škole.....	43
Tabulka 4: Ceník.....	44
Tabulka 5: Příjmy z kurzů tance a bodystylingu za září 2008 až leden 2009.....	49
Tabulka 6: Příjmy z kurzů tance a bodystylingu za únor až červen 2009	50
Tabulka 7: Příjmy: choreografie a výuka oddílu SG	51
Tabulka 8: Příjmy celkem za rok podnikání.....	51
Tabulka 9: Počáteční výdaje	52
Tabulka 10: Fixní výdaje	53
Tabulka 11: Variabilní výdaje	53
Tabulka 12: Celkové výdaje za první rok podnikání.....	54
Tabulka 13: Rozdíl příjmů a výdajů	54
Tabulka 14: Kalkulace zisku.....	55

1 Úvod

Zpracování podnikatelského plánu má ústřední význam při zakládání podniku. Začínajícímu podnikateli, který připravuje nový podnikatelský projekt pomůže vytvoření podnikatelského plánu ujasnit si cíle a strategie podnikání, definovat produkt a předmět podnikání, vyřešit personální otázky, vymezit trh, cílové skupiny i konkurenci, zamyslet se nad budoucím vývojem podniku a vytvořit si reálnou představu o potřebném kapitálu prostřednictvím jednotlivých finančních plánů.

Pro tvorbu podnikatelského záměru jsem si zvolila podnik, který bude nabízet služby v oblasti volno-časových aktivit- taneční školu, která se bude kromě výuky tanců také zaměřovat na bodystyling a tvorbu choreografií soukromým subjektům.

Téma využití volného času a péče o psychické a fyzické zdraví je dnes velmi aktuální. Se vzrůstající životní úrovní si dnes lidé mohou dovolit více luxusních produktů. Strach lidí o své zdraví či negativní vlivy velkoměsta na děti je kvůli sedavým zaměstnáním, nadměrnému využívání motorových dopravních prostředků, absenci volné přírody a pouliční kriminalitě na místě. Pokud jsou obyvatelé v dobré finanční situaci, mají dobrý zdravotní stav a provozování tělovýchovných aktivit se shoduje s jejich životním stylem, neváhají utratit peněžní prostředky za hodnotné využití svého volného času.

Myslím si, že je důležité, aby na trhu byla pestrá skladba podniků nebo neziskových organizací, kde může dítě i dospělý realizovat svá přání, uplatnit svůj talent, najít si nové přátele, pobavit se, na nějaký čas přestat řešit problémy a stát se v životě zase o něco šťastnějším.

Bakalářská práce je návrhem podnikatelského plánu pro založení nového podniku.

Návrh podnikatelského plánu vychází ze zkušeností v oboru a ze získaných dat, které se dále analyzují. Díky správnému zpracování shromážděných informací je možné objevit příležitosti na trhu a konkurenční výhody nad ostatními konkurenčními subjekty trhu.

Při tvorbě práce jsem použila k rozborům okolí podniku a zhodnocení situace na trhu metodu analýzy, syntézy, pozorování, indukce a dedukce.

Cílem bakalářské práce je příprava úspěšného startu podnikání. Pro dosažení vytyčeného cíle práce je nutné splnění následujících dílčích cílů.

- shromáždit veškeré potřebné informace pro zpracování podnikatelského záměru
- analyzovat a vyhodnotit stav konkurence a zákazníků, příležitosti a hrozby, silné a slabé stránky projektu
- vytvořit reálný obraz aktuální situace v oboru
- vymyslet strategii, kterou bude dosaženo úspěchu
- vytvořit finanční plán příjmů a výdajů
- celkově ekonomicky zhodnotit podnik

2 Teoretická východiska práce

2.1 Vymezení termínu podnikatelský plán

Podnikatelský plán je koncepce podniku v písemné podobě a slouží zpravidla dvěma účelům. Představuje důležitý vnitřní dokument, který slouží k efektivnímu a strategickému řízení. A na druhou stranu má i externí uplatnění a to při získávání kapitálu pro podnik (od bank, investorů, případně různými druhy nenávratných půjček). Ve všech případech se poskytovatelé kapitálu chtějí přesvědčit o výhodnosti projektu a o tom, že jimi vložené finanční prostředky dojdou zhodnocení. Proto je nezbytné mít kvalitně, reálně a přesvědčivě zpracovaný podnikatelský plán, který by je měl o úspěšnosti projektu přesvědčit.

Struktura jednotlivých podnikatelských plánů se částečně liší. Záleží totiž na tom, jaké informace požadují ti, pro něž je podnikatelský plán tvořen (poskytovatelé kapitálu, management podniku, atp.).

Každý podnikatelský plán by však měl obsahovat:

- charakteristiky podniku a cíle, kterých chce dosáhnout
- popis výrobku či služby a jaký bude mít užitek pro zákazníka
- údaje pro marketing: konkurenční výhody, stav konkurence, odběratelé, dodavatelé, propagace, cenová politika, silné stránky
- strategii
- majetkoprávní vztahy související se záměrem
- důležitá finanční data (výdaje na realizaci projektu, očekávané příjmy)
- potřebné finanční zdroje a jak budou spotřebovávány (užití úvěrových prostředků)
- zhodnocení [6]

2.2 Popis podniku

2.2.1 Název podniku, jeho sídlo, datum založení, působišť

Výběr místa působení firmy je velice důležitý. Druh podnikání, náklady, zvyky a potřeby zákazníků, plány územního rozvoje, ekologické aspekty rozhodují o výběru místa provozovny.

2.2.2 Předmět podnikání

Předmět podnikání nám určuje o jakou společnost jde. Zda-li je to výrobní podnik, nebo se firma zabývá jen obchodem a do jakého oboru ji lze zařadit.

2.2.3 Právní forma, vlastnické vztahy

V této části bakalářské práce je třeba určit vlastníka či vlastníky podniku, strukturu společnosti v případě více majitelů (kapitálový vklad, ručení, funkce ve firmě, cíle společníků).

Při rozhodování o právní formě podniku je potřeba důsledně zvážit všechny aspekty volby, neboť toto rozhodnutí bude mít pro podnik dlouhodobé daňové, právní a ekonomické důsledky. Firma ale nemusí zachovávat jednu zvolenou právní formu. Je možné právní formu později změnit, například při rozrůstání podniku.

Právní forma ovlivňuje:

- zdanění
- osobní ručení podnikatelů
- možnosti financování
- náklady na zvýšení základního kapitálu, na založení společnosti
- image firmy [10]

2.3 Analýza trhu

Analýza trhu je klíčová aktivita pro úspěch podnikatelského záměru. Analýza zahrnuje získávání, rozbor a hodnocení informací o trhu a jeho okolí.

Trh je místem, kde se setkávají prodávající (nabídka) a kupující (poptávka). Je možné ho dělit do kategorií podle zákazníků, geografického umístění, produktu a časového období.

V marketingovém pojetí se rozlišuje **potenciální trh**, který představuje soubor spotřebitelů, kteří mohou projevit zájem o určitý produkt a současně je jim tento produkt finančně a fyzicky dostupný, **aktuální trh**, který je množinou už námi nabízený produkt nakupujících spotřebitelů a **cílový trh** je ta část trhu, kterou se podnik rozhodl získat. [1]

2.3.1 Průzkum trhu

Pro přesné a správné vymezení cílového trhu musíme znát potřebné informace. Pro získání těchto dat je třeba provést průzkum trhu. Zdroje mohou být: informační materiály statistického úřadu, ročenky, měsíční a čtvrtletní zprávy poskytující informace o jednotlivých regionech, informační materiály ministerstev a ostatních vládních institucí, informace Hospodářské komory, internet, databanky, telefonní seznamy, informace mezinárodních organizací, atp. [10]

2.3.2 SWOT analýza

SWOT analýza je nejčastěji používaným nástrojem analýzy. Jedná se o komplexní postup, který kvalitativně vyhodnotí faktory ovlivňující zkoumaný objekt.

Jádro metody spočívá v klasifikaci a ohodnocení jednotlivých faktorů, které jsou rozděleny do 4 základních skupin. Silné a slabé stránky jsou interními faktory a lze je našim působením ovlivnit (např. originalita nebo průměrnost našeho produktu, schopnosti našeho personálu). Hrozby a příležitosti zastupují externí faktory, které naši

vůlí nelze ovlivnit ale management na ně může reagovat (např. daňová legislativa, pracovní právo, stav konkurence).

SWOT analýza vychází z předpokladu, že podnik dosáhne předpokládaného úspěchu maximalizací předností a příležitostí a minimalizací nedostatků a hrozeb.

Pro tvůrce strategických plánů je užitečná v mnoha směrech :

- Poskytuje manažerům logický rámec pro hodnocení současné a budoucí pozice jejich společnosti.
- Díky tomuto hodnocení mohou pak manažeři vybrat vhodné strategické alternativy pro svůj podnik.
- Může být prováděna periodicky, aby manažery informovala o tom, které interní nebo externí oblasti nabyly nebo naopak ztratily na významu vzhledem k podnikovým činnostem.

Schéma SWOT analýzy:

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

Tabulka 1: SWOT analýza

Legenda:

SO– využít silné stránky na získání výhody

WO– překonat slabiny využitím příležitostí

SW– využít silné stránky na čelení hrozbám

WT– minimalizovat náklady a čelit hrozbám [7]

2.3.3 Nástroje vnější analýzy podniku

Aby podnik dosáhl stanovených cílů, je nutné znát všechny faktory vnějšího okolí, které na něj působí. Vnější prvky nemůže podnik nijak ovlivňovat, ale naopak je musí brát v úvahu a přizpůsobit se jim, aby nezasahovaly negativně do jeho činnosti.

V této části podnikatelského plánu se využije metod SLEPT analýzy a Porterův model konkurenčních sil.

SLEPT analýza

Pomocí SLEPT analýzy pozorujeme a vyhodnocujeme změny v okolí podniku a jejich dopad na připravované projekty. SLEPT analýza vytváří komplexní pohled na prostředí státu, regionu či obce, které není stabilní a mění se. V rámci analýzy se nemapuje pouze současná situace, ale pozornost se věnuje hlavně otázkám, jak se toto prostředí bude či může do budoucna vyvíjet a měnit.

Je někdy také nazývána PEST analýza a hodnotí:

➤ Sociální faktory:

1. Demografické charakteristiky

- velikost populace
- věková struktura
- pracovní preference
- geografické rozložení
- etnické rozložení

2. Makroekonomické charakteristiky trhu práce

- rozdělení příjmů
- míra zaměstnanosti – nezaměstnanosti

3. Sociálně-kulturní aspekty

- životní úroveň
- rovnoprávnost pohlaví
- populační politika

4. Dostupnost pracovní síly, pracovní zvyklost

- dostupnost potenciálních zaměstnanců s požadovanými schopnostmi
- existence vzdělávacích institucí schopných poskytnout potřebné vzdělání

➤ Legislativní faktory:

- existence a funkčnost podstatných zákonných norem

- obchodní právo
- daňové zákony
- legislativní omezení (distribuce, ekologická opatření)
- právní úprava pracovních podmínek
- funkčnost soudů
- vymahatelnost práva
- autorská práva

➤ **Ekonomické faktory:**

1. Základní hodnocení makroekonomické situace:

- míra inflace
- úroková míra
- obchodní deficit nebo přebytek
- rozpočtový deficit nebo přebytek
- výše HDP, HDP na jednoho obyvatele a jeho vývoj
- měnová stabilita
- stav směnného kursu

2. Přístup k finančním zdrojům

- náklady na půjčky
- bankovní systém
- dostupnost a formy úvěrů

3. Daňové faktory

- výše daňových sazeb
- vývoj daňových sazeb
- cla a daňová zatížení

➤ **Politické faktory:**

1. Hodnocení politické stability jako např.:

- forma a stabilita vlády
- klíčové orgány a úřady
- existence a vliv politických osobností
- politická strana u moci

2. Politicko-ekonomické faktory jako např.:
 - postoj vůči privátním a zahraničním investicím
 - vztah ke státnímu průmyslu
 - postoj vůči privátnímu sektoru
3. Hodnocení externích vztahů
 - zahraniční konflikty
 - regionální nestabilita
4. Politický vliv různých skupin

➤ **Technologické faktory:**

1. Podpora vlády v oblasti výzkumu
2. Výše výdajů na výzkum
3. Nové vynálezy a objevy, technologické aktivity
4. Obecná technologická úroveň [14]

Porterův model konkurenčních sil

Touto metodou zkoumáme potenciální a reálné konkurenty našeho podniku.

Analyzujeme:

- Vnitřní konkurenci (konkurence ve stejné oblasti podnikání)
- Novou konkurenci (subjekty, které v budoucnu chtějí vstoupit na náš trh a konkurovat nám, můžeme je pouze odhadovat)
- Zpětnou integraci (odběratel přestane využívat služeb našeho podniku, protože si zřídil vlastní výrobu produktů, které od nás předtím odebíral. Tím se stane našim novým konkurentem)
- Dopřednou integraci (opak zpětné integrace, dodavatel rozšíří sféru svého podnikání a stane se tak pro svého odběratele novou konkurencí)
- Riziko konkurence substitutů (náš produkt mohou ohrožovat jiné, více či méně příbuzné produkty, které nám dosud nabízené produkty nahrazují, například kino a substitut televize) [5]

2.3.4 Nástroje vnitřní analýzy podniku

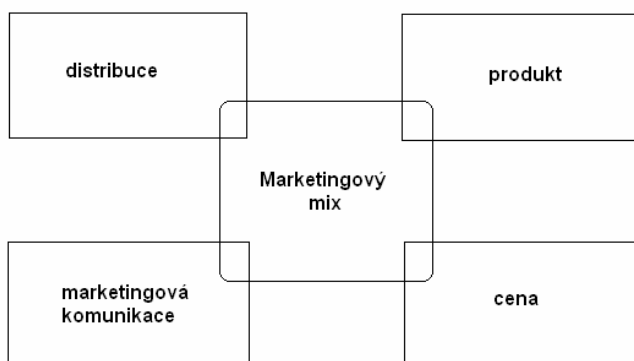
Pro tuto oblast analýzy lze využít model 7S, firemní funkce, 4p marketingového mixu, a BCG matice. [5]

2.4 Výrobní plán

V této části je obsažen celý výrobní proces. Musí být uvedeni dodavatelé materiálu, jaký materiál bude používán a která výrobní zařízení budou potřeba pro produkci výrobků, pokud ji podnik zajišťuje sám. Pokud se podnikatel rozhodne o využívání subdodavatelů, ve výrobním plánu by se mělo uvést, které subdodavatele si vybral a proč.

V případě nevýrobního podniku je výrobním plánem spíše obchodní plán, který informuje o nákupu zboží a služeb. Podnik nabízející pouze **služby**, má v této části podnikatelského plánu uvést **popis procesu jím poskytovaných služeb, případně hodnocení subdodavatelů**. [5]

2.4 Marketingový plán



Tento plán je jakýmsi strategickým plánem podniku. Dává nám představu o tom, jakými způsoby se chce podnik prosadit na trhu proti konkurenci. [5]

Obrázek 1: Marketingový mix

V této části práce je důležitá tvorba **marketingového mixu**, který je souborem marketingových nástrojů využívaných k dosažení marketingových cílů. Marketingový mix představuje a popisuje všechny kroky, které společnost podniká, aby vzbudila poptávku po produktu. Kromě 4 základních „p“ (počáteční písmena anglických názvů) – ceny, distribuce, marketingové komunikace a produktu - lze marketingový mix rozšířit ještě o další položky: lidé, procesy, fyzický vzhled, balík nabízených služeb, spolupráce.

1. Produkt

Pojem produkt neoznačuje jen samotný výrobek nebo službu (čili jádro produktu), pojem *úplný výrobek* v sobě skrývá také obal, design, kvalitu, image výrobce, značku, záruky, platební podmínky, služby a další doplňkové funkce, které z pohledu spotřebitele rozhodují o tom, jak produkt uspokojí jeho očekávání.

2. Cena

Cena je jediným prvkem marketingového mixu, který vytváří příjmy pro podnik. Faktorů, které ji ovlivňují, je mnoho:

- Zákazník
- Produkt
- Výše nákladů
- Konkurence
- Distributoři
- Cenové zásahy vlády
- Cenová etika

Zahrnuje i slevy, termíny placení a možnosti úvěru.

3. Distribuce

Zde se uvádí, kde a jak bude produkt prodáván, včetně distribučních cest, dostupnosti distribuční sítě, zásobování a dopravy.

4. Marketingová komunikace (komunikační mix)

Cílem marketingové komunikace je vyvolat zájem zákazníků o společnost a o její nabídku produktů.

Komunikační mix:

- Reklama (vytváří image výrobku a stimuluje prodej)
- PR – public relations (vytváří pozitivní vztah veřejnosti k podniku, např. sponzoringem, působením na veletrzích, vydáváním časopisů, uveřejňování článků v tisku a rozhovorů v médiích, atp.)
- Podpora prodeje (např. pořádáním společenských akcí, soutěží a kurzů pro veřejnost, tzv. event marketingem – spojením si příjemných zážitků se společností a značkou)
- Přímý marketing (vytváří přímý kontakt s cílovou skupinou zákazníků, např. aktivní telemarketing, odpovědní kupóny, teleshopping, personifikovaný direkt mail nebo neadresný mail)
- Osobní prodej (představuje předvádění a prezentaci výrobku, ke které dochází při osobním styku prodejce se zákazníkem)

2.6 Vedení a zaměstnanci

Úspěch podnikatelského záměru je velmi závislý na kvalitě lidských zdrojů v podniku. Schopnosti a zkušenosti managementu jsou klíčové pro správná rozhodnutí, která ovlivní další chod společnosti. Proto by se i podnikatelský plán měl zabývat popisem výběru zaměstnanců, jejich schopností, dovedností a organizace jejich práce.

U manažera podniku je třeba zdůraznit schopnosti, které jsou důležité pro realizaci daného podnikatelského záměru, hlavně profesní zkušenost, znalost oboru, jeho podnikatelské know-how, sociální kompetence a dosavadní úspěchy.

V podnikatelském plánu je také třeba se vyjádřit k organizační struktuře. Uvést vztahy nadřízenosti a podřízenosti, počet zaměstnanců, jejich kompetence, popis jejich pracovní náplně a požadavků na danou pozici. [10]

2.7 Další kroky při rozvoji podniku

Uvedení strategického zaměření firmy na příští období, včetně jejích dlouhodobých cílů, způsobů dosažení těchto cílů i uvedení fáze podnikatelské činnosti, ve které se firma nachází. [10]

2.8 Finanční plán

Finanční plán je jednou z nejdůležitějších součástí podnikatelského záměru. Určuje potřebné množství investic a ukazuje ekonomickou životaschopnost projektu.

Finanční plán obsahuje:

- předpoklad příjmů a výdajů alespoň na tři roky
- hotovostní toky v příštích třech letech (cashflow)
- odhad rozvahy, který poskytuje informace o finanční situaci podniku k určitému datu [5]

3 Analýza

Podnik, jehož jsou následující analýzy, bude poskytovat služby v oblasti tělovýchovy. Stěžejními produkty budou kurzy výuky tanců, méně početnými pak kurzy aerobiku a power yogy. Nejmenší část příjmů bude pravděpodobně tvořit produkt „Tvorba choreografie na zakázku“. Skladba produktů bude určena tak, aby mohly taneční školu navštěvovat všechny věkové kategorie obyvatel.

3.1 Analýza trhu

Taneční škola Mandragora bude podnikem nabízejícím pouze služby. Bude působit na trhu volno-časových aktivit. Spádovou oblastí bude velkoměsto Hradec Králové a jeho blízké okolí.

Cílovou skupinou zákazníků budou lidé, kteří mají zájem o aktivní využití volného času, se zájmem o tanec či bodystyling, bez vážnějších zdravotních problémů a budou ochotni zaplatit nezanedbatelné částky za tuto poměrně „luxusní“ službu. Nejpočetnější skupinu zákazníků budou tvořit ženy ve věku 15 – 30 let, ale nabídka produktů je stavěna tak, aby oslovila i jiné věkové skupiny. Dva produkty jsou vyhrazeny pouze pro děti (ve věku od 6-ti do 11-ti let), jedny lekce se zaměřují pouze na starší děti (11-16 let) a dva produkty jsou vhodné i pro zralé ženy kolem 30. až 50. roku života. Vzhledem k charakteru nabízených služeb bude množina potencionálních zákazníků taneční školy zahrnovat převážně ženy. Na základě zkušeností lze odhadovat, že by muži mohli tvořit necelou desetinu z celkového počtu zákazníků.

Velikost trhu představuje zhruba 25 000 obyvatel a 40 až 50 konkurenčních subjektů.

3.2 Analýza obecného okolí - SLEPT analýza

3.2.1 Sociální faktory

➤ Demografické charakteristiky okolí podniku

V Hradci Králové a okolí žije přibližně 110 tisíc obyvatel. Do okruhu, ve kterém působí Taneční škola Mandragora, lze zahrnout ještě dojíždějící studenty z Univerzity Hradec Králové, fakulty Karlovy Univerzity a 12 středních škol. Nej hustěji osídlenými místy jsou centrum a početná předměstí s velkými sídlišti. Jako v každém velkoměstě jsou zde zastoupeny všechny věkové kategorie, počty mladé generace posilují sezónně studenti.

Další demografický vývoj se vyznačuje mírným úbytkem počtu nově narozených dětí a celkovým stárnutím populace díky vyspělé zdravotní péči. Tento jev bude pro podnik nepříznivý vzhledem k zaměření na mladé u většiny produktů taneční školy.

➤ Sociálně-kulturní aspekty

Vzhledem k dobrým platovým podmínkám a velkému počtu pracovních míst v Hradci Králové lze usuzovat vysokou životní úroveň obyvatel. Z tohoto tvrzení je třeba vyjmout většinu nepracujících vysokoškolských studentů a skupiny trvale nezaměstnaných obyvatel.

Životní styl většiny obyvatel velkoměsta se vyznačuje snahou o aktivní naplnění volného času. V Hradci Králové vzniklo velké množství administrativních pozic, to může být jedním z důvodů pro vysokou poptávku po sportovních rekreačních aktivitách. Po celodenním sezení v práci úředník, obchodník či sekretářka potřebuje protáhnout ztuhlé svaly. Zvýšenému zájmu o bodystyling a podobné pohybové aktivity napomáhá také současný trend zdravého a štíhlého těla, který působí už i na děti.

A právě pro městské děti je možnost sportovního vyžití v oddílech a zájmových organizacích tak důležitá. Většina rodičů se snaží svým dětem zajistit pestrý program, který by je odlákal od pouličního „poflakování“.

Další charakteristikou životního stylu obyvatel je velká pracovní vytíženost a stále se prodlužující pracovní doba. Ta znemožňuje zaneprázdněným pracujícím věnovat se

zájmovým aktivitám intenzivně, po delší dobu několikrát týdně. Proto jsou u většiny obyvatel oblíbenější „koníčky“, které zaberou malé množství času, nemusí je provozovat pravidelně a není na ně nutná jakákoliv domácí příprava.

➤ Dostupnost pracovní síly

Pro podnik Taneční škola Mandragora bude poměrně snadné najít ve velkoměstě pracovní sílu na pozici recepční. Na tento post bude třeba najmout spíše studentky nebo ženy na mateřské dovolené a tyto skupiny obyvatel jsou v Hradci Králové hojně zastoupeny.

3.2.2 Ekonomické faktory

Posledních několik let můžeme v České republice sledovat poměrně rychlý celkový hospodářský růst.

Zahraniční obchod zaznamenal v 1. čtvrtletí 2008 proti stejnému období v roce 2007 mírnější dynamiku ve vývoji. Obrat zahraničního obchodu vzrostl o 5,6 %. Poslední období se vyznačovala posilováním kurzu české koruny vůči americkému dolaru a euru. [9]

Hrubý domácí produkt, který je považován za nejsouhrnnější indikátor vývoje ekonomiky, vzrostl v roce 2007 podle odhadu meziročně reálně o 6,5 %, tedy nejvíce od vzniku samostatné České republiky.

Výše popsany celkový růst ekonomiky by měl zapříčinit zvýšení životní úrovně obyvatel, tím by si mohla většina lidí dovolit luxusnější produkty, které představují i služby týkající se volno-časových aktivit.

Mezi negativní makroekonomické vlivy patří stále vysoká nezaměstnanost v určitých regionech ČR a vysoká inflace. Průměrná míra inflace v dubnu 2008 dosáhla meziročního růstu 4,7 %. [8]

Vysoká nezaměstnanost může vést k nárůstu kriminality, který by negativně ovlivňoval i samotný podnik. Dále by si produkty taneční školy nemohli dovolit členové

rodin bez příjmů z pracovní činnosti- tato skupina obzvláště těžce nese důsledky inflace a tak se pro ni luxusní produkty stávají stále více nedosažitelnými.

3.2.3 Politické faktory a legislativní faktory

V parlamentních volbách v roce 2006 zvítězila Občanská demokratická strana. Ta se svými koaličními partnery prosadila nové důležité zákony v oblasti zdravotnictví, daní a podnikání.

Snaží se také prosadit změny v živnostenském zákoně, které by podnikání živnostníků zjednodušily.

Dne 1. ledna 2008 nabyl účinnosti také zákon č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení, jenž nahradil zákon č. 328/1991 Sb., o konkursu a vyrovnání. Tento nový insolvenční zákon mění právní prostředí, v němž se řeší situace dlužníka, který se ocitnul v úpadku.

3.2.4 Technické a technologické faktory

Vývoj nových technologií v současné době probíhá ve velmi vysokém tempu. Podniky musí neustále obnovovat své vybavení, programy a postupy, aby uspěly v konkurenčním boji. Rostou požadavky na kvalifikovanou pracovní sílu, která musí neustále rozšiřovat své znalosti a prohlubovat již získané vědomosti. Standardním požadavkem na uchazeče o zaměstnání se stala schopnost užívání informačních technologií, což handicapovalo mnoho převážně starších lidí. Nicméně informace a modernizace jsou klíčem k úspěchu a například kvalitní internetové stránky nebo terminál na platební karty v obchodě by v dnešní době měly být samozřejmostí.

Z těchto důvodů by měl být při plánování podniku kladen důraz na moderní prvky a trendy v podnikání. Pro případ Taneční školy Mandragora lze uvést kvalitní, aktualizované, multifunkční internetové stránky, reklamu na internetu, sledování a zařazování moderních trendů do produktů a vybavení tělocvičny, využívání současné počítačové techniky a softwaru. Při výběru zaměstnanců by se mělo dbát na to, aby byla recepční schopna ovládat nové technologie a neustále a rychle se učit.

3.2.5 Závěry z analýzy obecného okolí podniku

Z analýzy sociálních faktorů vyplývá, že životní styl obyvatel velkoměsta nahrává vzniku a rozvoji podniků se zaměřením na volno-časové aktivity. Nároky obyvatel na aktivity, jako nízká časová náročnost, prospěšnost pro psychické i fyzické zdraví, možnost využívání dětmi, by měl přesně splnit podnik TŠ Mandragora. Problém s dovolením si produktů kvůli finanční situaci u většiny obyvatel velkoměsta by díky nadprůměrným platům a většímu počtu pracovních míst vzniknout neměl.

Pozitivně působit na podnik bude předpokládaný růst životní úrovně a zjednodušující změny v legislativě, která se týká podnikání.

Negativními vlivy jsou místy vysoká nezaměstnanost a rostoucí inflace. Majitelka podniku by také měla vyvinout značné úsilí, aby podnik dokázala neustále modernizovat, tak aby byl schopný jít s dobou.

3.3 Porterův model konkurenčních sil

Trh, na kterém bude působit Taneční škola Mandragora, je neustále rostoucí. Ziskovost odvětví je spíše malá. Zákazníci mohou snadno přejít ke konkurenci a jsou velmi citliví na cenové změny.

3.3.1 Vnitřní konkurence

Konkurence ve stejné oblasti podnikání je poměrně velká. Taneční škola Mandragora se ale bude odlišovat jak složením a originalitou produktů, tak cenovou politikou.

Za jednoho z největších konkurentů se dá považovat úspěšné *Centrum orientálních tanců*, které má působnost po celé republice. V Hradci Králové se specializuje pouze na břišní tance a ceny za kurzy jsou dost vysoké.

Tanec pro děti a mládež, výuku salsy a břišních tanců nabízí populární Taneční škola *Bonstep*. Pořádá společenské akce, často se prezentuje připravenými tanečními programy pro veřejnost a pronajímá své velmi kvalitně zrekonstruované plesové sály.

Specializované studio orientálních tanců *Sultánky* má výhodnou polohu přímo v centru města. Podobných konkurenčních center provozujících pouze břišní tance je v Hradci Králové více. Působí v tělocvičnách škol a zákaznice přicházejí především z okolních sídlišť.

Konkurenci, která se zaměřuje především na mládež, představuje i hip-hopová skupina *T-Bass*. Tzv. pouliční taneční a hudební styly jako R'n'B, Hip-hop, Break dance, Electricboogie jsou v Hradci Králové nesmírně populární a místní děti hojně navštěvují takto zaměřené taneční skupiny.

Fit 4 Fun - Welnes centrum reprezentuje konkurenci pro bodystylingové aktivity. Ceny mají opět nasazené výše než TŠ Mandragora.

Nelze opomenout také určitý počet instruktorek aerobiku a dalších podobných aktivit, které si touto činností bez živnostenského oprávnění přivydělávají. Díky cenové dostupnosti je o tyto služby také velký zájem.

3.3.2 Nová konkurence

Toto odvětví je velice málo nákladné na založení, proto lze předpovídat hojnější přírůst obdobných podniků. Poptávka po těchto službách trvá - lidé se chtějí rekreovat a rodiče ocení, když jejich děti věnují ve volném čase smysluplným aktivitám.

O výuku dalších druhů tanců by mohlo rozšířit svůj program v Hradci Králové *Centrum orientálních tanců*, které se během několika málo let rozšířilo z Prahy a Brna do dalších 8 měst a nabízí již velmi pestrý výběr tanců a sportovních aktivit.

3.3.3 Zpětná integrace

Zpětná integrace může nastat v případě, že by si zákazník, který bude navštěvovat kurzy taneční školy, zařídil vlastní podnikání v tomto oboru. Takovéto situace nejsou příliš časté, ale přesto se vyskytují zákazníci, kteří na základě znalostí získaných

v taneční škole dokáží vytvořit choreografii pro své známé či si otevřít vlastní taneční kroužek.

3.3.4 Vyjednávací síla zákazníků

Vyjednávací síla zákazníků bude nepatrná, protože budou tvořeni z jednotlivců a v některých případech z málo početných skupin lidí, jediným „větším“ zákazníkem bude Oddíl sportovní gymnastiky Hradec Králové, který zatím výrazné vyjednávací síly dosahovat nebude.

3.3.5 Sektor dodavatelů

Vzhledem k celkovému charakteru poskytovaných služeb je v daném oboru spolupráce s dodavateli až na velmi málo výjimek pro chod podniku nedůležitá. Vyjednávací síla dodavatelů je tedy nízká.

3.3.6 Riziko konkurence substitutů

Za substituty produktů Taneční školy Mandragora lze například považovat večerní tanec na plese či v klubu, domácí trénink se zakoupenou videokazetou nebo běh, protahování a posilování dle vlastní režie v parku.

Náklady na změnu substitutů jsou minimální, spotřebitele zajímá především cena substitutu.

Konkurence substitutů je velká hlavně v oblasti bodystylingových aktivit. Výběr DVD a videokazet s instruktážním cvičením je opravdu velký, protahování a posilování obdobných partií jako u power yogy a aerobiku nabízejí i jiné sportovní aktivity.

U výuky tanců je odborná práce lektora stále nenahraditelná, proto je riziko konkurence substitutů nižší než u bodystylingu.

3.3.7 Závěr z analýzy oborového okolí podniku

Analyzovaná firma bude působit na trhu, kde je již poměrně velká konkurence. Díky nízkým počátečním nákladům na vstup na trh se může obávat rozšíření konkurence o další subjekty. Vyjednávací síla dodavatelů bude nízká. Hrozby substitutů by se měla obávat hlavně v oblasti bodystylingu.

3.4 Analýza silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí – SWOT analýza

Tato analýza bude cenným informačním zdrojem při formulaci celkové strategie.

3.4.1 Silné stránky

➤ Neexistence konkurence určitých druhů nabízených produktů

Taneční škola má sice konkurenty v obecné rovině tance a tělovýchovy, ale určité produkty bude mít ve své nabídce jako jediný podnik.

Irské tance vyučuje nejbližší taneční skupina Reyngle v Pardubicích.

Výuka **flamenco** je nedostatkovým produktem v celé republice. Lektoři flamenco jsou pouze v několika málo městech v ČR a v Hradci Králové se tomuto tanci věnuje pouze jediná lektorka, která otevřela minulý rok jeden kurz pro začátečníky.

Dalším tancem, který v Hradci Králové není v nabídce pro širokou veřejnost je **jazz dance**. Víkendové akce jako Jazz dance open a další taneční workshopy se ve městě několikrát do roka konají, ale místo, kde by si rekreační tanečník mohl zatančit jazz jednou, maximálně dvakrát týdně, v Hradci Králové není.

Posledním unikátním produktem podniku bude „**Ladies party**“. Jedinečný mix tanců a cvičení pouze pro ženy přesně vystihuje představu o příjemné taneční hodině.

➤ **Celkový charakter produktů**

Přitažlivost tohoto odvětví nám dokazuje stále vzrůstající poptávka po orientálních tancích. Díky exotická hudbě a oblečení, žádným věkovým či váhovým omezením a časové nenáročnosti se stala tato volno-časová aktivita pro ženy jednou z nejoblíbenějších.

Skladba tanečních produktů Taneční školy Mandragora bude tedy úspěšná pro svou nevšednost, snadnou dostupnost ze strany zákazníka (nemusí se vázat na partnera, nevyžadují se speciální pohybové dovednosti), zábavnost (taneční aktivity dávají velký prostor pro uplatnění kreativity a povzbuzení hravosti) a společenskost.

Produkty z oblasti bodystylingu by měly mít v době populárního kultu zdravého těla také úspěch. Dokonalé pročištění mysli a formování postavy za pouhou hodinu cvičení ocení mnoho lidí, kteří stráví celý den v sedavém zaměstnání.

Produkty určené dětem a mládeži budou mít zajisté přínos v rozumném zaplnění volného času dětí, v rozvíjení jejich talentu a fyzické kondice.

➤ **Nízké náklady na vybavení (pro zákazníka)**

Oproti jiným sportům, kdy náklady na vybavení dosáhnou až desetitisícových částek, na tanec není potřeba pořizovat speciální a drahé vybavení. Šátek nebo volnou sukni najde doma každý, jedinou investicí by mohlo být pořízení speciálních bot, ale obyčejné lodičky budou také stačit.

➤ **Nízké ceny oproti konkurenci**

V porovnání s ostatními tanečními centry bude mít nově začínající TŠ Mandragora ceny nižší. To by mohlo zapříčinit přechod části zákazníků od konkurence do nového podniku. Navíc by zpřístupnilo tyto profesionální služby méně majetné skupině obyvatel, jako například studentům a dětem z průměrně movitých rodin.

➤ **Umístění tanečních sálů**

Areál TJ Slavia je umístěn v klidné části v centru Hradce Králové, kam se dá velice dobře dostat linkami MHD nebo bez problému zaparkovat auto přímo u objektu. Budova taneční školy je součástí tohoto venkovního sportovního areálu s velmi využitou sportovní halou.

Přes den tu probíhají tréninky dětí i dospělých 12-ti sportů, které TJ Slavia sdružuje. Proto je poloha tanečního centra tak výhodná pro maminky, které dovedou dítě na jeho trénink a dvouhodinové čekání si vyplní hodinou tance, nebo pro děti, které sem „odloží“ tatínci, kteří si jdou zahrát volejbal.

V okolí areálu je mnoho základních škol, střední školy, gymnázium a sídliště, z jejichž žáků a obyvatel by mohla být tvořena dominantní část zákazníků služeb pro děti a mládež.

➤ **Hloubka a rozmanitost znalostí lektorky**

Lektorka s tolika zkušenostmi a znalostmi není příliš častým jevem v tanečních centrech. Dokáže poradit a sestavovat taneční a cvičební programy, které budou odpovídat vysokým standardům v České republice i ve světě.

➤ **Velmi osobní a profesionální přístup, zejména při tvorbě choreografií na zakázku**

U sestavování a secvičování choreografií se bude lektorka snažit vyjít vstříc časovým možnostem zákazníků a snažit se plně porozumět potřebám jejich sportovních pravidel či účelu choreografie.

3.4.2 Slabé stránky

➤ **Početná konkurence v oblasti bodystylingu a tanečních aktivit pro děti**

➤ **Jediná lektorka v tanečním centru**

V případě nemoci nebo jiné absence majitelky podniku se budou muset některé hodiny zrušit a na některé sehnat náhradní lektorku.

➤ **Nízká nabídka produktů, o které by se zajímali muži**

Z tohoto důvodu přichází podnik o necelou polovinu potenciálních zákazníků.

3.4.3 Příležitosti

➤ **Možnost rozšíření nabídky o další kurzy**

Pokud se naplní předpokládané zvýšení zájmu v budoucnu, bude možné otevřít další kurzy, vyučovat další druhy tanců či tělovýchovných aktivit.

➤ **Najmutí další pracovní síly**

V případě prosperity podniku by se najala recepční na poloviční pracovní úvazek, to by mělo za následek zkvalitnění práce, zvýšení odpovědnosti a odebrání části povinností majitelce.

Také by se externě najímaly další lektorky na nové druhy nabízených aktivit.

➤ **Získání vlastních tanečních prostor**

V případě velké ziskovosti a úspěchu podniku by bylo vhodné získat vlastní prostory na výhodném místě. Nevznikaly by náklady na nájem, prostory by se v nevyužitém čase mohly naopak pronajímat dalším subjektům.

3.4.4 Hrozby

➤ **Zhoršení finanční situace, hrozba bankrotu**

Nízký zájem o podnikem nabízené služby, nenaplněné odhady tržeb, nedostatečná informovanost o podniku, pracovní neschopnost majitelky může zapříčinit nefunkčnost a ztrátovost podniku.

➤ **Přechod zákazníků na substituční služby**

➤ **Zvětšení konkurence na trhu**

S předpokládaným růstem trhu bude pravděpodobně vznikat i nová konkurence.

3.4.5 Shrnutí SWOT analýzy

Strenghts	Weakness
➤ Neexistence konkurence určitých druhů nabízených produktů ➤ Celkový charakter produktů ➤ Nízké náklady na vybavení (pro zákazníka) ➤ Nízké ceny oproti konkurenci ➤ Umístění tanečních sálů ➤ Hloubka a rozmanitost znalostí lektorky ➤ Velmi osobní a profesionální přístup, zejména při tvorbě choreografií na zakázku	➤ Početná konkurence v oblasti bodystylingu a tanečních aktivit pro děti ➤ Jediná lektorka v tanečním centru ➤ Nízká nabídka produktů, o které by se zajímali muži
Opportunities	Threats
➤ Možnost rozšíření nabídky o další kurzy ➤ Najmutí další pracovní síly ➤ Získání vlastních tanečních prostor	➤ Zhoršení finanční situace, hrozba bankrotu ➤ Přejechod zákazníků na substituční služby ➤ Zvětšení konkurence na trhu

Tabulka 2: Shrnutí SWOT analýzy

4 Návrh podnikatelského záměru

4.1 Název podniku, jeho sídlo, datum založení, působíště

Datum zahájení provozování živnosti je stanoveno na 1.9. 2008. Živnostenské oprávnění si podnikatelka obstará již v průběhu července. Názvem podniku bude v případě živnosti jméno a příjmení fyzické osoby. U svého jména a příjmení nebo názvu může podnikatel nezapsaný v obchodním rejstříku užívat při podnikání odlišující dodatek nebo další označení. Jméno podniku bude tedy Barbora Stará - Taneční škola Mandragora.

Sídlem podniku bude bydliště fyzické osoby a provozovnou bude nemovitost ve venkovním areálu TJ Slavia Hradec Králové, v ulici Víta Nejedlého. Jedná se o přízemní budovu oddílu stolního tenisu, který již tyto prostory nebude využívat z důvodu přestěhování se do nové tělocvičny Centra stolního tenisu v Hradci Králové.

Smlouva o pronájmu prostor bude moci být uzavřena na dobu od 1.9. 2008. Do tohoto data tělovýchovná jednota lehkou rekonstrukcí uvede budovu do stavu, který bude vyhovovat účelům tanečního centra. V loňském roce byly provedeny kompletně nové rozvody elektroinstalace, osvětlení. Sociální zařízení vyhovuje všem hygienickým předpisům. Nemovitost se skládá ze tří šaten o rozloze 3x5 m², ze společenské místnosti, která má 5x5 m², ze sociálních zařízení a cvičební plochy, která je velká 15x20 m². K tréninku je možno využívat i venkovní areál a klidovou zónu u řeky, které jsou v bezprostřední blízkosti tělocvičny.

Areál TJ Slavia Hradec Králové se nachází blízko centra stotisícového města, v blízkosti několika základních a středních škol, sídlišť a udržovaných městských přírodních zón. Rozlehlý komplex budov čítá i největší krytou halu v Hradci Králové a do budoucna se uvažuje o propojení venkovního areálu s malšovickým, který se nachází hned na druhém břehu řeky. Vznikla by tak sportovní zóna přitažlivá pro mnoho obyvatel Hradce Králové. Výhodnou pozici areálu potvrzuje i velký počet parkovacích míst a vynikající dostupnost linkami MHD.

4.2 Předmět podnikání

Předmětem podnikání bude poskytování služeb v oblasti tělovýchovy, výuka v oblasti umění a společenského tance a pořádání odborných kurzů, školení a jiných vzdělávacích akcí včetně lektorské činnosti.

Vizí podniku bude vytvořit prosperující a oblíbený podnik, který poskytne další možnost sportovního vyžití pro všechny generace. **Posláním** společnosti bude rozšíření výběru kulturních a sportovních aktivit ve městě, dát šanci lidem realizovat své sny a využít svůj talent, navazovat nové kontakty, prohlubovat své znalosti, aktivně a zdravě vyplnit svůj volný čas.

4.3 Právní forma, vlastnické vztahy

Vlastníkem živnosti bude fyzická osoba Barbora Stará. Ručit bude celým svým majetkem.

Poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti bodystylingu je živností ohlašovací – vázanou dle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Kromě obecných podmínek pro podnikání (věk nad 18 let, bezúhonnost a způsobilost k právním úkonům) Barbora splňuje i podmínky pro udělení vázané živnosti – má vysokoškolské vzdělání v oblasti tělesné kultury, tělovýchovy a sportu.

Zákonem ze dne 30.06.2000 (sbírka zákonů č. 249/2000) byla odborná způsobilost doplněna o absolvování rekvalifikačního kurzu pořádaného institucí akreditovanou Ministerstvem školství a tělovýchovy ČR. Osvědčení o absolvování rekvalifikačního kurzu Barboře vydalo vzdělávací zařízení akreditované ministerstvem - Český svaz aerobiku.

4.4 Vedení a zaměstnanci

Barbora Stará, majitelka podniku a jediná lektorka, bude účetní služby využívat externě a úklid pronajmutých prostor obstará TJ Slavia Hradec Králové. Osobou, kterou

by bylo potřeba zaměstnat navíc, by mohla být náhradní lektorka, jenž by v případě nemoci nebo jiné absence Barbory, převzala vyučování. S ověřenou a kvalifikovanou náhradnicí by se sepsala dohoda o provedení práce.

Na dohodu o provedení práce Barbora také najme recepční, které budou do tělocvičny docházet každý den na několik hodin a vyřizovat a evidovat objednávky kurzů, vydávat průkazy taneční školy, kontrolovat, zda-li má zákazník zaplacený kurz apod. Tato práce bude ideální pro studentky. Požadované schopnosti budou komunikativnost, pečlivost a základní uživatelská znalost práce s počítačem. Podnik bude jednu recepční potřebovat 20 hodin týdně, což znamená, že bude potřeba najmout více recepčních kvůli omezení 150 hodin jako maximálně možným odpracovaném množstvím hodin u jednoho zaměstnavatele na dohodu o provedení práce.

4.5 Marketingový plán

V této části práce je podrobně rozpracovaný *marketingový mix*, který také slouží jako vnitřní analýza podniku.

4.5.1 Produkt

Hlavním produktem bude výuka tance a bodystylingových aktivit pod odborným vedením. K této hlavní službě budou samozřejmě připojeny ještě doprovodné služby jako možnost objednat si soukromé lekce trenérky a poradenství spojené s tancem a tělovýchovou.

Produkty, které Taneční škola Mandragora hodlá poskytovat, lze rozdělit do tří skupin- na *výuku tanců*, *bodystyling* a *tvorbu choreografií*.

Výuka tanců

Tento druh produktu bude tvořit největší část z nabídky služeb podniku. Tanec ke společnosti patří už od jejího prvně počátku a dodnes mu propadá stále dost lidí. Druhy tanců, které budou v nabídce podniku, jsou navíc ideální pro tzv. „rekreační styl“.

Při stále se zvyšující pracovní zátěži lidé nemají možnost věnovat tolik času sportům, které by vyžadovaly velmi časté a pravidelné tréninky, bez kterých by se v tomto sportu nedostali na vyšší úroveň nebo by dokonce kvůli nedostatečnému tréninku pro ně mohl tento sport být nebezpečný.

Další výhodou je, že tanec „rekreačně“ může dělat opravdu každý. Na orientální tance nevadí nadváha ani stáří, na flamenco není třeba kloubní flexibility, na africké tance nemusí mít člověk ladné pohyby jak baletka, stačí jen, když je schopný radovat se z hudby a pohybů vlastního těla.

V této části je uveden podrobný popis jednotlivých produktů:

➤ Flamenco

Tento vášnivý a rytmický tanec vznikl v Andalusii v 15. století. Mísí se v něm vlastní cikánská kultura se španělskou, indickou, židovskou a arabskou. Skládá se z jednotlivých tanců s různými rytmy.

V kurzech pro začátečníky bude kladen důraz především na držení těla, techniku podupů, práci rukou, tlesky, jednodušší otočky atd. Po zvládnutí základů bude výuka rozšířena o prohloubení znalostí tanga a sevillán a výuky dramatické formy tance (soleares) a veselé formy tance (alegrías). V případě zájmu bude možno procvičit i techniku tance s kastaněty nebo vějířem.

Kurz je určen pro ženy a muže od 15-ti let. Skládá se z 18-ti hodinových lekcí jednou týdně.

➤ Africký tanec

Africký tanec je kolébka všech tanců. Vychází z přirozených pohybů těla. Kroky a pohyby jsou inspirovány každodenní lidskou prací, činnostmi běžného života, pozorováním světa kolem. Je to tanec energický, živočišný i ladný, silový i jemný. Tanec, ve kterém se může skvěle vyjádřit individualita a potenciál jednotlivce a zároveň prožívat skupinová synchronizace. Je doprovázen hrou na africké bubny.

Lekce se bude skládat z rozcvičení, nacvičování figur a sestav, improvizace, vibrace (dýchání a rozjímání) a relaxace (protahování). Po zvládnutí základních technik budou zváni bubeníci jako doprovod k tanečním hodinám.

Kurz je určen pro ženy a muže od 15-ti let. Skládá se z 18-ti hodinových lekcí jednou týdně.

➤ Irský tanec

Na tento druh tance je už zapotřebí určité fyzické zdatnosti, neboť se zde využívají poskoky a podupy v rychlém rytmu. Jde o skupinový tanec na výraznou, živou a veselou hudbu.

První lekce budou věnovány výuce v tzv. měkkých botách, později, po zvládnutí základních technik, se bude tančit v botách stepařských.

Kurz je určen pro ženy, muže a děti od 11-ti let. Skládá se z 18-ti hodinových lekcí jednou týdně.

➤ Jazz dance

Jazzovým tancem vyjadřují tanečníci své nálady, pocity a přání. Jde o velmi dynamický styl s velkým množstvím kontrastů a originálních figur ovlivněných i jinými druhy tance. Nejčastěji se s ním může zájemce setkat v muzikálech a v dalších divadelních představeních. V kurzech se zákazníci budou učit základní jazzové pohyby jako chůze, běh, poskoky, skoky, piruety, pády, nízké polohy a jejich kombinace, vlny a krokové sekvence. Pro všechny choreografie bude vybírána známá a strhující hudba. Prostor bude věnován také improvizaci.

Kurz je vhodný pro ženy a muže od 14-ti let, obsahuje 16 lekcí po 60 minutách.

➤ Břišní tance

Velmi starý tradiční tanec s bohatou historií tančený v arabském světě ženami i muži. Nyní je to oblíbená pohybová aktivita určená pro všechny věkové i váhové kategorie velmi pozitivně působící na psychickou a fyzickou stránku tanečnice. Skládá se z jednotlivých kroků a pohybů, které se spojují podle předem sestavené choreografie nebo pouze podle fantazie tanečnice. Břišní tance zahrnují folklórní tance, např. núbijský styl, klasický egyptský styl, turecký styl nebo orientální flamenco. Tanečnice používají závoj nebo šátek. Originální, slušivé a třpytivé oblečení také působí na prožitek z tance a velkou měrou se podílí na popularizaci tohoto stylu.

Kurz je určen ženám od 14- ti let, obsahuje 19 hodinových lekcí.

➤ Ladies party

Ladies party je speciální produkt vytvořený podnikem Taneční škola Mandragora. Jak už název napovídá, půjde o kurz určený výhradně pro ženy, které se chtějí pobavit a zatančit si druhy tanců, ke kterým by jinde potřebovaly mít partnera.

Jeden a půl hodinový program bude složen z mnoha druhů tanců, ke kterým bude hojně využíváno tanečních pomůcek, jako například šátků, vějířů, deštníků, stuh a jiných náčiní. Stěžejní částí tréninku bude secvičování jednoduché, ale výrazné choreografie, ve které bude kladen důraz na prožitek z tance a individuální přístup tanečnice, která bude mít možnost částečné improvizace v každém druhém taktu.

Kromě základů jednotlivých tanců si zákaznice prohloubí i teoretické poznatky o druzích tance díky krátkému výkladu lektorky na každém tréninku. V žádné lekci se neopomene na důkladné protažení s posilováním problémových ženských partií.

Tance, které se budou po celý rok probírat budou mít nádech orientu (flamenco, harémový tanec), jazzu (striptýzový tanec, muzikálový, výrazový, swing) a latinskoamerických tanců přizpůsobených pro nepárové tančení (salsa, chacha, samba, rumba). Celý okruh latinskoamerických tanců bude tvořit stěžejní část programu.

Kurz je tedy určen pouze ženám od 15-ti let, obsahuje 18 lekcí po 90 minutách.

➤ Tanec pro děti

Přípravka je určena pro děti ve věku 6-11 let. V kurzu se seznámí se základy baletu, rytmikou, disko tancem a lidovými tanečky. Výuka je vedena zábavnou formou a jejím cílem je rozhýbat tělo, naučit se vnímat hudbu, rytmus a pohyb v prostoru.

Kurz bude sestaven ze 17-ti jeden a půl hodinových lekcí. Je možné dítěti zakoupit i druhý trénink v týdnu.

Bodystyling

Bodystyling je efektivním tréninkem celého těla. Promyšleným systémem cviků dochází k viditelnému vytvarování postavy a posílení všech svalových partií. Při cvičení dochází k odstranění svalových nerovnoměrností posílením ochablého svalstva a

následně k protažení zkrácených svalů strečinkem. S pravidelným tréninkem také přichází zlepšení fyzické kondice díky stálému cvičebnímu tempu.

Barbora Stará chce svůj podnik prezentovat hlavně jako taneční centrum, proto na bodystylingové aktivity nezbylo v nabídce podniku mnoho místa. V prvním roce podnikání se vypíší kurzy pouze na power yogu, aerobic dynamic kickbox a dětský aerobic.

➤ Power yoga

Power yoga je mladý cvičební styl. Ve zkratce se jedná o dynamické protahování a posilování svalstva celého těla. Cvičení je založené na pravidelném opakování základních jógových pozic, které jsou dynamicky řazeny za sebou, zvyšuje sílu a flexibilitu těla a uvolněnost mysli.

Kurz bude probíhat v 18-ti hodinových lekcích. Je učen ženám i mužům od 14-ti let.

➤ Kickbox aerobik

Aerobní kickbox je zábavné, energické a velmi intenzivní cvičení, jehož základem je kombinace tance a boxu. Na rozdíl od klasického bojového tréninku je tento trénink doprovázen hudbou, ale podstata a principy cvičení jsou stejné - disciplína, soustředění a forma mají stejný důraz.

Cílem tohoto cvičení je zlepšení kondice horní i dolní poloviny těla, zvýšení síly, posílení kardiovaskulárního systému, vybití stresu a zvýšení sebevědomí.

Kurz bude probíhat v 18-ti hodinových lekcích. Je učen ženám i mužům od 14-ti let.

➤ Dětský aerobik

Dětský aerobik představuje odlehčenou formu aerobiku přizpůsobenou dětským schopnostem. Probíhá spíše zábavnou formou, na dětem se líbí písničky. Chlapci a děvčata rozvíjejí své silové schopnosti i přesnost pohybů v souladu s hudbou.

Starším dětem jsou do lekcí zařazovány kromě základů aerobiku i složitější choreografie, zpevňující cviky a také prvky z oblasti disko a latino tance, Hip-hopu a dalších aerobních a tanečních forem. Na konci kurzu mohou děti předvést nacvičené choreografie rodičům.

Aerobik pro mladší budou moci navštěvovat děti ve věku 6 až 10 let a aerobik pro mládež od jedenácti let. Oba kurzy budou po 17-ti hodinových lekcích, ale jen u Aerobiku pro mladší děti bude možnost přikoupit i druhý trénink v týdnu.

Tvorba choreografií

Jedná se o vymýšlení tanečních pohybů do sestav pro sportovce a soukromé zájemce z řad organizátorů módních přehlídek, účastnic soutěží krásy a dalších pořadatelů kulturní produkce (například na plesech středoškoláků je tradicí, že maturanti zahájí ples secvičenou originální choreografií).

Sporty jako krasobruslení, sportovní a moderní gymnastika, teamgym jsou v Královéhradeckém a Pardubickém kraji na vysoké úrovni a trenéři pro své nejlepší svěřence raději najmou profesionála, který vytvoří a se sportovci nacvičí ideální choreografii do jejich závodních sestav.

Tréninky tanečních dovedností mohou probíhat i formou dlouhodobé spolupráce, kdy bude lektorka dojíždět na pravidelné hodiny do tělocvičen sportovců nebo po dohodě otevře další kurz jen pro určitý sportovní oddíl.

Časový rozvrh a četnost produktů

Pro snadnější vytváření dalších dílčích plánů je třeba vycházet z předběžného časového rozvrhu nabízených služeb: ukáže nám potřebné časové vytížení lektorky a recepční, počet pronajatých hodin u TJ Slavia a četnost produktů.

Den/hodina	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21
Po	Tanec pro děti	Dětský aerobik: 6-10 let		Aerobik kickbox	Power yoga	Africký tanec
Út			Power yoga	Flamenco	Břišní tance	Irský tanec
St	Tanec pro děti		Aerobik kickbox	Africký tanec		Ladies party
Čt	Aerobik pro mládež	Dětský aerobik 6-10 let	Břišní tance	Power yoga	Flamenco	Jazz dance
Pá			Břišní tance	Jazz dance	Aerobik kickbox	

Tabulka 3: Časový rozvrh v taneční škole

4.5.2 Cena a cenová politika

Ceny poskytovaných služeb jsou tvořeny na základě faktorů jako jsou ceny substitučních služeb, výše nákladů, poptávka.

Kromě bodystylingových aktivit se bude kurzovné platit na celý půlrok dopředu. Zákazníkovi bude vystaven průkaz, kde mu bude recepční zaznamenávat počet navštívených hodin. Pokud se zákazník nebude moci na hodinu dostavit, může si lekci nahradit v jiný den, pokud výuka tohoto tance bude probíhat i s jinou skupinou. Také tu bude možnost poslat místo sebe na lekci někoho jiného. Pokud se zákazník rozhodne nastoupit až v průběhu kurzu, budou mu započítány pouze lekce, které budou vyučovány od jeho nastoupení do konce kurzu.

U kickbox aerobiku a power yogy bude možnost zakoupit si i jednotlivé hodiny, ovšem za vyšší cenu než u předplatného.

Sleva na kurz (kromě kurzů určeným dětem) bude činit 10% v případě studentské slevy a 10% na další navštěvovaný kurz v TŠ Mandragora. Slevy se nesčítají.

V případě nízké účasti, tj. 5 a méně přihlášených, se kurz neotevře.

Zde je přehled všech kurzů do 31.1. 2009 i s jejich cenami a počtem hodin:

Název kurzu	Délka lekce/min	Počet lekcí	Cena za 1 lekci (předplatné)/Kč	Cena celkem/Kč	Cena za 1 lekci bez předplatného/Kč
Flamenco	60	18	85	1530	
Africký tanec	60	18	90	1620	
Irské tance	60	18	75	1350	
Břišní tance	60	19	80	1520	
Ladies party	90	18	90	1620	
Jazz dance	60	16	80	1280	
Tanec pro děti	90	17	60	1020	
Power yoga	60	18	60	1080	70
Aerobik kickbox	60	18	60	1080	70
Aerobik pro mládež	60	17	50	850	
Dětský aerobik (6-10 let)	60	17	50	850	
Tvorba choreografie na zakázku	120				350
Taneční průprava oddílu sportovní gymnastiky	60	17	450	7650	

Tabulka 4: Ceník

4.5.3 Distribuce

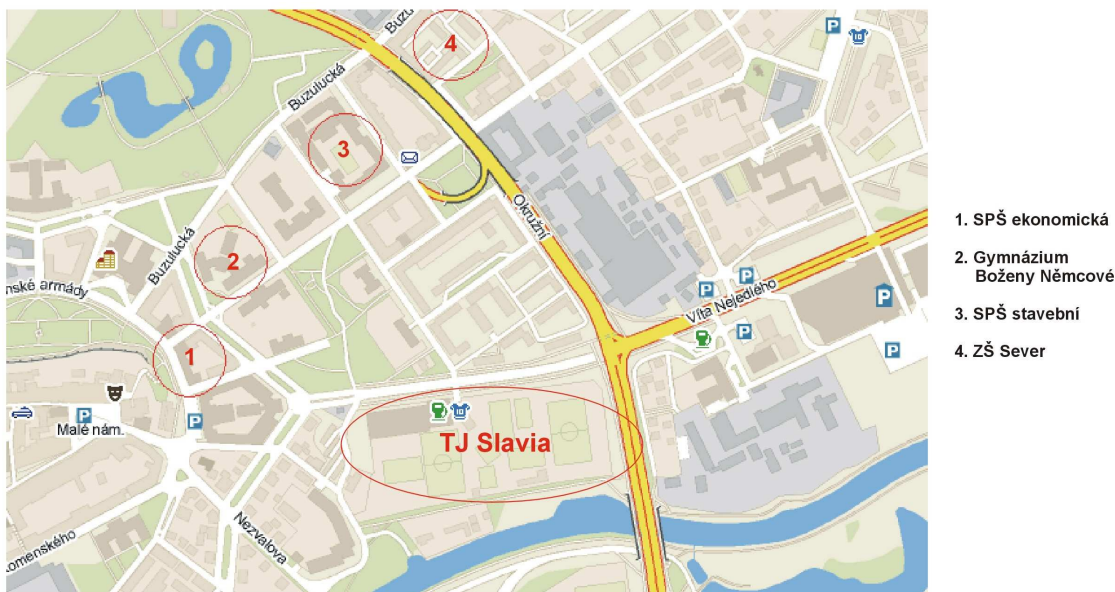
Taneční centrum Mandragora bude samozřejmě využívat jen jeden způsob distribuce a to přímé poskytování služeb.

Zájemci o kurz se mohou prostřednictvím elektronické pošty, telefonicky nebo osobně na recepci přihlásit a objednat si produkt taneční školy. Počítač s databází zákazníků a mobilní firemní telefon bude v době výuky obsluhovat recepční, která také bude přihlášený zákazníkům vystavovat průkazy taneční školy a kontrolovat vstup do tělocvičny. Mimo pracovní dobu recepční bude majitelka nosit firemní mobilní telefon u sebe a případné objednávky zaznamenávat do diáře, který pak předloží ke zpracování paní recepční.

Z pohledu podniku a konečných zákazníků bude při distribuci docházet k těmto operacím a marketingovým pohybům:

- informace
- propagace
- jednání
- objednání
- platby

Nejvíce zákazníků lze předpokládat z blízkého okolí taneční školy- tedy centra města, díky husté koncentraci středních a základních škol a podniků.



Obrázek 2: Mapa okolí areálu TJ Slavia

4.5.4 Marketingová komunikace (komunikační mix)

Propagace Taneční školy Mandragora bude mít působnost v celé oblasti města Hradec Králové i jeho blízkém okolí. Největší koncentrace reklamních prostředků bude umístěna do centra města – do blízkého okolí taneční školy.

Hlavním zdrojem informací o podniku a jím nabízených produktech budou internetové stránky, které budou často aktualizovány a budou nabízet přehled o všech plánovaných a již probíhajících kurzech a akcích. Rubriky jako fotogalerie, kontakty a objednávky, nabídka kurzů, diskuze, o taneční škole, akce a soutěže zajistí zákazníkům veškeré informace, umožní objednání a zaplacení kurzu z pohodlí svého domova a prostřednictvím diskuze prohloubí vztahy v tanečních kolektivech.

Z dalších prostředků komunikačního mixu bude využito na propagaci podniku:

Reklamy

- Plakáty a letáky rozmístěné po školách základních, středních i vysokých, viditelně umístěné v hlavní hale celého slavistického objektu a dalších blízkých

sportovištích, na sídlištích v domech či na prostorách vyhrazených pro reklamu, v klubech a na diskotékách

- Inzeráty v místních novinách a brožurách o kulturním a sportovním dění ve městě
- Reklama na internetových stránkách
- Reklama v místním rádiu (Rádio OK)

Podpory prodeje

- Pořádání závěrečných vystoupení všech tanečních skupin s přístupem pro veřejnost
- Pořádání amatérských tanečních soutěží
- Pořádání sportovně-tanečního dne pro děti a jejich rodiče
- Vystupování na kulturně-sportovních akcích
- Rozesílání, rozdávání nebo soutěžení o poukazy na slevu
- Možnost zakoupení dárkového poukazu na nákup produktu Taneční školy Mandragora
- Přímý marketing
- Nabídky nových i stálých produktů prostřednictvím elektronické pošty

Osobního prodeje

- Návštěvy sportovních klubů a dalších potencionálních zákazníků za účelem prodeje produktu Tvorba choreografie na zakázku

4.6 Další kroky při rozvoji podniku

Strategie podniku po překonání počáteční fáze se bude zaměřovat hlavně na získání další klientely a rozšíření povědomí o taneční škole.

Pokud bude zájem o nabízené služby, vytvoří se další kurzy, které budou navazovat na předešlý půlrok. **Lekce pro pokročilé** by měly vzniknout alespoň pro Flamenco, Irské tance, Břišní tance a Jazz dance. V dalších letech by se podle zájmu otevíraly kurzy na ještě vyšších úrovních.

Dalším dílčím cílem, kterého by se měl snažit podnik dosáhnout, bude **vytvoření si stálé klientely ze sportovních oddílů**, které budou hojně využívat jak produktu „Tvorba choreografie“, tak především dlouhodobé spolupráce formou tanečních tréninků pro více sportovců z oddílů. Výhodou tohoto způsobu poskytování služeb je možnost vyučovat v prostorách sportovního oddílu (tudiž by lektorka nemusela platit za pronájem), zprostředkování přes trenéry zdarma a možnost působení na potencionální zákazníky kurzů nabízených taneční školou.

Vytvoření propagační skupiny, která bude složena z talentovaných tanečnic a tanečníků, kteří mají zájem o vystupování na kulturních a společenských akcích, by pomohla prezentovat TŠ Mandragora. Tanečníci by nedostávali výplatu za jednotlivá vystoupení, ale tréninky skupiny by byly za velice rozumnou cenu...

Pokud by byl viditelný zájem o bodystylingové aktivity, bylo by vhodné rozšířit a zpestřit nabídku nabízených služeb. Barbora díky absolvovaným kurzům od Českého svazu aerobiku může vyučovat i **pilates**, moderní a populární metodu posilování těla, a také může otevřít **cvičení pro seniory**, což by pomohlo zaplnit mezery v rozvrhu tanečního centra hlavně v dopoledních hodinách.

Posledním krokem k rozvoji centra by mohlo být **založení závodního oddílu** tance pro děti, který by se zaregistroval pod určitý taneční svaz nebo pod TJ Slavia a pobíral by dotace od organizace a města.

4.7 Finanční plán

Taneční škola Mandragora bude neplátcem DPH a bude vést daňovou evidenci.

4.7.1 Příjmy

V této části práce bude počítáno s odhadovanými údaji.

Příjmy z kurzů tance a bodystylingu za období září 2008 až leden 2009

Název kurzu	Odhadovaný počet klientů	Odhadovaný počet klientů se slevou (10%)	Cena kurzu v Kč	Příjmy z lekcí za platby bez předplatného v Kč	Příjmy celkem za období září-leden 2009
Flamenco	8	6	1530	0	20 502
Africký tanec	4	4	1620	0	12 312
Irské tance	20	4	1350	0	31 860
Břišní tance	18	10	1520	0	41 040
Ladies party	12	4	1620	0	25 272
Jazz dance	8	7	1280	0	18 304
Tanec pro děti	24	0	1020	0	24 480
Power yoga	18	12	1080	70 x 24 x 18	61 344
Aerobik kickbox	17	14	1080	70 x 22 x 18	59 688
Aerobik pro mládež	14	0	850	0	11 900
Dětský aerobik	30	0	850	0	25 500

Tabulka 5: Příjmy z kurzů tance a bodystylingu za září 2008 až leden 2009

Příjmy za 1. půlrok podnikání budou asi **332 200 Kč**.

Příjmy z kurzů tance a bodystylingu za období únor až červen 2009

V 2. pololetí už lze předpokládat zvýšení počtu klientů, u některých kurzů bude vytvořena i pokročilejší varianta.

Název kurzu	Odhadovaný počet klientů	Odhadovaný počet klientů se slevou (10%)	Cena kurzu v Kč	Příjmy z lekcí za platby bez předplatného v Kč	Příjmy celkem za období září-leden 2009
Flamenco	10	8	1530	0	26 316
Africký tanec	5	6	1620	0	16 848
Irské tance	22	7	1350	0	38 205
Břišní tance	22	13	1520	0	51 224
Ladies party	15	6	1620	0	33 048
Jazz dance	8	10	1280	0	21 760
Tanec pro děti	26	0	1020	0	26 520
Power yoga	20	12	1080	70 x 25 x 18	64 764
Aerobik kickbox	18	16	1080	70 x 26 x 18	67 752
Aerobik pro mládež	16	0	850	0	13 600
Dětský aerobik	34	0	850	0	28 900

Tabulka 6: Příjmy z kurzů tance a bodystylingu za únor až červen 2009

Příjmy za 2. půlrok podnikání dosáhnou pravděpodobně **389 000 Kč**.

Příjmy z příležitostné tvorby choreografie a výuky tance pro oddíl sportovní gymnastiky za školní rok 2008-2009

Produkt	Odhadovaný počet klientů	Cena kurzu v Kč	Příjmy celkem za 10 měsíců v Kč
Tvorba choreografie na zakázku	10	350 (za 2 hodiny)	3 500
Taneční průprava oddílu sportovní gymnastiky	1	7 650	7 650

Tabulka 7: Příjmy: choreografie a výuka oddílu SG

Příjmy z tvorby choreografií a výuky Oddílu sportovní gymnastiky v Hradci Králové budou ročně **11 150 Kč**.

Příjmy celkem ze všech poskytovaných služeb za 1. rok podnikání

Příjmy za 1. půlrok podnikání	332 200 Kč
Příjmy za 2. půlrok podnikání	389 000 Kč
Příjmy z tvorby choreografií a výuky oddílu SG	11 150 Kč
Příjmy celkem	732 350 Kč

Tabulka 8: Příjmy celkem za rok podnikání

4.7.2 Výdaje

Barbora Stará si nebude muset obstarat podnikatelský úvěr, protože počáteční výdaje jsou na tento druh podnikání poměrně nízké a hlavně zatím není potřeba kupovat nemovitost.

Podle následujících propočtů bude Barbora potřebovat na prvotní výdaje a první měsíc podnikání zhruba 116 000 Kč. Tyto peníze si je schopná zajistit z vlastních zdrojů.

V následujících tabulkách jsou zpracovány odhady výdajů počátečních, fixních a variabilních. Taneční centrum Mandragora bude fungovat pouze ve školním roce, na prázdniny zůstane zavřené.

Počáteční výdaje

Položka	Výdaje v Kč
PC sestava (software, notebook, myš, tiskárna, PCMCi karta)	26 000
Kurz Bodystyling Instruktor	5 350
Hi-fi věž	3 000
Nábytek do tanečních prostor	6 000
Výdaje spojené se vznikem živnosti	2 000
Kancelářské potřeby, přenosová média	5 000
Speciální taneční výbava (boty, vějíře, šátky, kastaněty)	7 000
Podložky na bodystyling	4 500
Stupínky na step aerobic	10 800
Mobilní telefon	2 500
Celkem	72 150

Tabulka 9: Počáteční výdaje

Fixní výdaje

Položka	Výdaje za měsíc v Kč	Výdaje za 12 měsíců v Kč
Elektřina, voda, topení	300	3 600
Pronájem sociálních zařízení a šaten	700	8 400
Účetní a daňové služby	2 500	30 000
Reklama, inzerce	20 000	240 000
Internet Premium	950	11 400
Mobilní služby od T-mobile	3 500	42 000
Měsíční záloha na zdravotní a sociální pojištění (není daňově uznatelným výdajem)	3 300	39 600
Dobrovolné nemocenské pojištění (není daňově uznatelným výdajem)	222	2 664
Celkem	31 500	378 000

Tabulka 10: Fixní výdaje

Variabilní výdaje

Položka	Výdaje za měsíc v Kč	Výdaje za 10 měsíců v Kč
Mzda zaměstnanců (65 Kč/hod)	5 200	52 000
Pronájem tanečních prostor (250 Kč/hod)	6 250	62 500
Celkem	11 450	114 500

Tabulka 11: Variabilní výdaje

Celkové výdaje za první rok podnikání

Položka	Cena v Kč
Počáteční výdaje	72 150
Fixní výdaje	378 000
Variabilní výdaje	114 500
Celkem výdaje	564 650

Tabulka 12: Celkové výdaje za první rok podnikání

4.7.3 Rozdíl odhadovaných příjmů a výdajů po prvním roce podnikání

Položka	Cena v Kč
Příjmy celkem	732 350
Výdaje celkem	564 650
Rozdíl příjmů a výdajů	167 700

Tabulka 13: Rozdíl příjmů a výdajů

Rozdíl příjmů a výdajů po 12-ti měsících podnikání bude asi **167 000 Kč**.

4.7.4 Odhadované příjmy a výdaje v letech 2008 až 2010

V roce 2008 lze počítat s výdaji příjmy pouze za 4 měsíce, ovšem musí se počítat i se zátěží v podobě výdajů nutných pro zahájení podnikání. Jednorázové výdaje podobného typu (nové vybavení recepce a tělocvičny, nové zdroje hudby) mohou vznikat i v dalších letech, ale už v nižších částkách.

V roce 2010 lze počítat s velkým nárůstem výdajů za nájemné, energie a další podnikem využívané služby oproti roku 2008. Naopak se dá předpokládat využití dalších příležitostí podniku a rozšíření aktivit, tím se značně zvýší i příjmy.

Od poloviny roku 2009 je potřeba také započítat výdaje na mzdu zaměstnance v pracovním poměru a další externí lektorskou výpomoc.

	Kalkulace zisku (v Kč)			
Řádek č.	Položka	2008(9.-12. měsíc)	2009	2010
1	Tržby celkem	334 000,-	795 000,-	860 000,-
2	Drobný hmotný a nehmotný majetek	72 150,-	45 000,-	55 000,-
3	Nákup služeb	112 000,-	297 800,-	380 000,-
4	Nájemné objektů a místností	25 000,-	67 500,-	90 000,-
5	Hrubé mzdy zaměstnanců	20 800,-	58 400,-	110 400,-
6	Zdr. poj. (9% z hr. mezd zaměstnanců)	0,-	2 160,- (z 24 000)	6 480,- (z 72 000)
7	Soc. poj (25% z hr. mezd zaměstnanců)	0,-	6 000,- (z 24 000)	18 000,- (z 72 000)
8	Sociální pojištění podnikatele	7 330,-	21 984,-	47 000,-
9	Zdravotní pojištění podnikatele	5 824,-	17 472,-	18 811,-
10	Výdaje celkem	243 104,-	516 316,-	602 656,-
11	Zisk před zdaněním	90 896,-	278 684,-	357 582,-
12	Položky neoprávněně snižující základ daně	13 154,-	39 456,-	65 811,-
13	Základ daně	104 050,-	318 140,-	423 393,-
14	Zaokrouhlení na 100 dolů	104 000,-	318 100,-	423 300,-
15	Daň podle §16	15 600,-	39 762,-	52 912,-
16	Sleva na dani §35ba ods. 1a) (na poplatníka)	24 840,-	24 840,-	24 840,-
17	Daň po uplatnění slev	0,-	14 922,-	28 072,-
18	Zisk po zdanění	90 896,-	263 762,-	329 510,-

Tabulka 14: Kalkulace zisku

4.7.5 Analýza bodu zvratu

Pomocí analýzy BEP (Break Even Point) je možno určit bod zvratu, v němž se vyrovnávají celkové výnosy s celkovými náklady podniku. Tato analýza předpokládá, že se v podniku sledují odděleně variabilní a fixní náklady.

$$p \cdot Q = FN + v \cdot Q$$

p cena

Q vyprodukované množství

FN fixní náklady

v variabilní náklady

Protože má podnik různorodé složení většího množství produktů, bude potřeba vyjádřit objem produkce v korunách. Výpočet bodu zvratu (Q_{BZ}) bude vypadat následovně:

$$Q_{BZ} = FN / 1 - v$$

$$v = VN/CT$$

VN celkové variabilní náklady

CT celkové tržby

Dosažením hodnot z finančního plánu lze získat variabilní náklady (na jednici) pro TŠ Mandragora (jsou zde použity hodnoty za 12 měsíců):

$$v = 114\,500 / 732\,350 = 0,1563 \text{ Kč}$$

Bod zvratu pro taneční školu se pak vypočítá jako:

$$Q_{BZ} = 378\,000 + 36\,075 / 1 - 0,1563 = 490\,784 \text{ Kč}$$

V čitateli je hodnota fixních nákladů za rok s poměrnou částí počátečních nákladů. Při dosažení příjmu 490 784 Kč se celkové tržby budou rovnat celkovým nákladům. Příspěvek na úhradu fixních nákladů bude 0,8437 Kč na jednotku produkce.

5 Závěr

Důkladnými analýzami vnějšího prostředí podniku jsem zjistila šance na uplatnění, silné, slabé stránky podniku i jeho hrozby a příležitosti, kterých může využít. Po podnicích nabízejících volno-časové aktivity je v Hradci Králové poměrně velká poptávka. Současná konkurence v oblasti tanečních a bodystylingových aktivit je znatelná a vstup nových konkurentů povzbuzují nízké počáteční náklady na založení takovýchto podniků. Ale z podrobného rozboru konkurence vyšlo najevo, že skladba produktů Taneční školy Mandragora bude natolik originální, že by měla mezi ostatními konkurenty vyčnívat a přitahovat pozornost lidí, kteří si oblíbili netradiční styly tanců.

V marketingovém mixu jsem sestavila skladbu produktů a vymyslela propagační, distribuční a cenové strategie, které by měly vést k rychlé popularitě a prosperitě podniku.

Jak bude podnik úspěšný nejlépe ukazují výsledky finančního plánu. Už po prvním roce podnikání by měl podnik dosáhnout zisku před zdaněním kolem 160 000 Kč. V dalších letech může taneční centrum rozšiřovat počet zaměstnanců a nabídku produktů, předpokládané zisky před zdaněním by měly pro léta 2009 a 2010 dosáhnout 270-ti a 350-ti tisíc.

Myslím si, že stanovený cíl - příprava na úspěšný začátek podnikání, byl splněn. Doufám, že mi získané poznatky pomohou při mém dalším působení v oblasti plánování, tvorbě analýz, marketingových strategií a v budoucím podnikání.

6 Seznam použité literatury

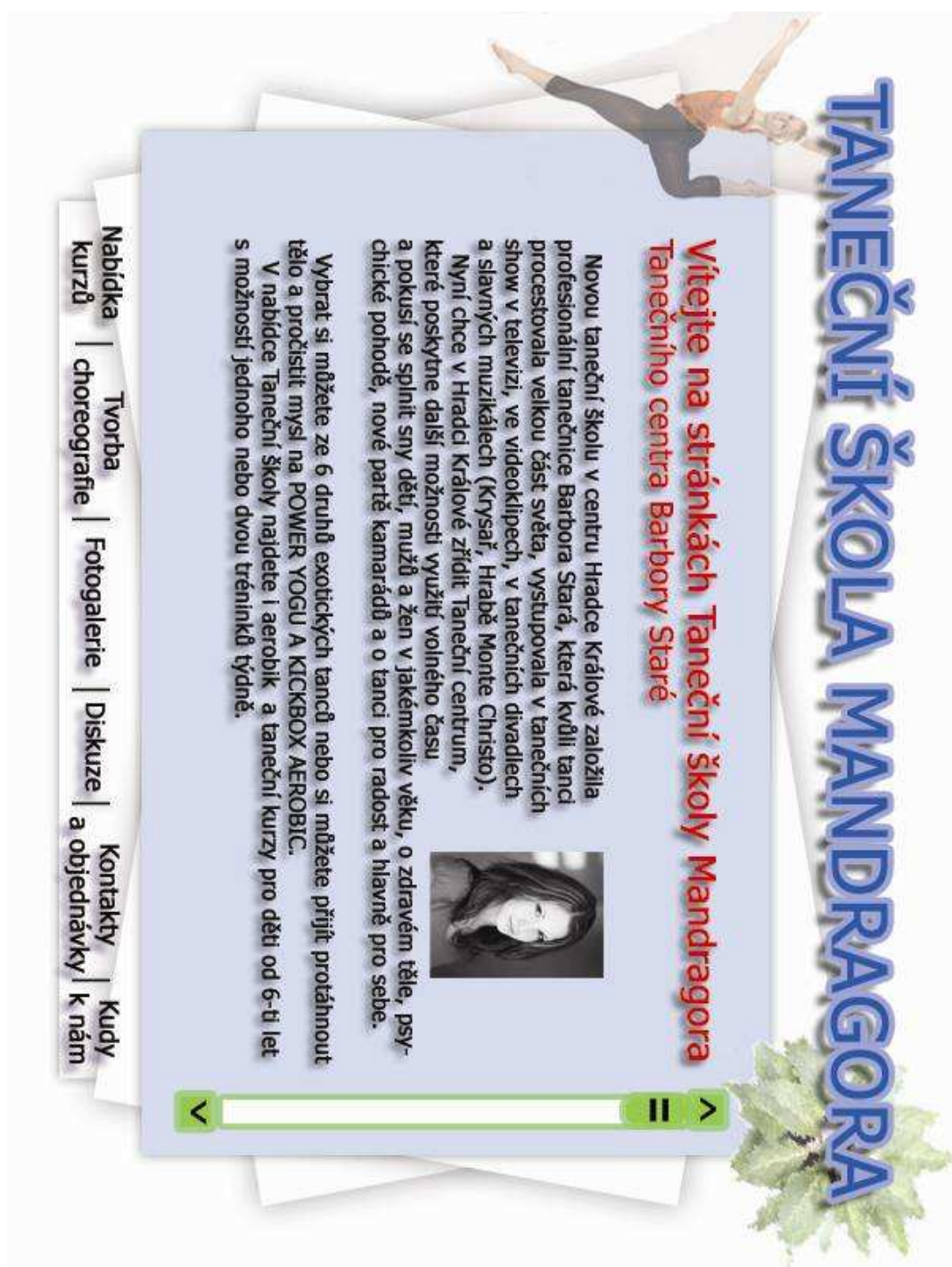
- [1] BOUČKOVÁ, J., aj. *Marketing*. 1. vyd. Praha : C. H. Beck, 2003. ISBN 80-7179-577-1.
- [2] FOTR, J. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1 vyd. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0939-2.
- [3] KEŘKOVSKÝ, M. a VYKYPĚL, O. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-453-8.
- [4] KORÁB, V., MIHALSKO, M. *Založení a řízení společnosti*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592-X.
- [5] KORÁB, V. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [6] MÁGR, F. *Osnova podnikatelského záměru*. [online] URL: http://www.ceskesvycarsko.cz/_img/be/page_file_247_1170257924.doc [citováno 20. února 2008].
- [7] MILÁČEK, M. *SWOT analýza*. [online] URL: <http://www.stavebnitechnologie.cz/view.php?cisloclanku=2002041701> [citováno 28. února 2008].
- [8] *Nejnovější ekonomické údaje*. [online] URL: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/aktualniinformace> [citováno 12. května 2008].

- [9] *Vývoj zahraničního obchodu v 1. čtvrtletí 2008*. [online] URL: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/ainformace/7440002C97F9>> [citováno 12. května 2008].
- [10] WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha : Management Press. 2003. ISBN 80-7261-075-9.
- [11] Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů
- [12] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
- [13] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání
- [14] ZICH, R. *Strategický management*. [online] URL: <http://vzdelavani.esf-fp.cz/results/results_02/edumat_rep/STM/STM_Pext.pdf> [citováno 2. března 2008].

7 Přílohy

- Příloha č. 1 - Grafický návrh webových stránek taneční školy
- Příloha č. 2 - Životopis Barbory Staré
- Příloha č. 3 - Půdorys budovy taneční školy

Grafický návrh webových stránek taneční školy



CURRICULUM VITAE

Osobní údaje

Jméno a příjmení, titul: Barbora Stará, Bc.
Datum narození: 3. 1. 1979
Stav: vdaná
Adresa: Poděbradská 113
Hradec Králové, 503 41
Kontaktní telefony: +420 123 456 789
+420 987 654 321
E-mail: bstara@seznam.cz

Vzdělání

- **Masarykova Univerzita v Brně** 1998-2001
Fakulta sportovních studií, obor Tělesná výchova
- **Taneční konzervatoř Brno** 1990-1998

Kurzy

- **Bodystyling Instruktor**
(opravňuje k lektorské činnosti pro aktivity: dětský aerobik, poweryoga, aerobic dynamic kickbox, cvičení seniorů, balantes-pilátes, pilates I.+II. a expander fitness)
- **Trenér sportovní gymnastiky II. třídy**
- **Flamenco**
(12-ti měsíční kurz v Malaze, Španělsko)

Pracovní zkušenosti

- **Divadlo Kalich, Praha** 10/2005–11/2007
- **Černé divadlo Metro, Praha** 6/2002-10/2005
- **Dancing School Steptime, Dublin, Irsko** 11/2001-6/2002
(lektorská činnost)

Ostatní znalosti

- **PC:**
MS WINDOWS, MS OFFICE, Internet, HTML
- **Jazyky:**
Anglický jazyk - aktivně
Španělský jazyk – aktivně

Půdorys budovy budoucího tanečního centra v areálu TJ Slavia Hradec Králové

