VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV FINANCÍ

INSTITUTE OF FINANCES

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR – ZALOŽENÍ TANEČNÍHO KLUBU

BUSINESS PLAN – ESTABLISHMENT OF A DANCE CLUB

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE | AUTHOR: Natálie Výduchová

VEDOUCÍ PRÁCE | SUPERVISOR: Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

BRNO 2022

VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
FAKULTA PODNIKATELSKÁ

Zadání bakalářské práce

Ústav:	Ústav financí
Studentka:	**Natálie Výduchová**
Vedoucí práce:	**Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.**
Akademický rok:	2021/22
Studijní program:	Účetnictví a daně

Garant studijního programu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává bakalářskou práci s názvem:

Podnikatelský záměr – založení tanečního klubu

Charakteristika problematiky úkolu:

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

Cíle, kterých má být dosaženo:

Hlavním cílem bakalářské práce je vytvoření podnikatelského záměru pro založení nového tanečního klubu, který se bude zabývat výukou standardních a latinskoamerických tanců. Dílčím cílem této práce je zpracování teoretických východisek, dále zpracování SWOT analýzy, PEST analýzy, PORTER analýzy a dalších analýz potřebných k sestavení podnikatelského záměru.

Základní literární prameny:

KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. Podnikatelský plán. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

SRPOVÁ, Jitka a kol. Podnikatelský plán a strategie. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.

ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-2182-3.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3. aktual. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2021/22

V Brně dne 28.2.2022

L. S.

doc. Ing. Mgr. Karel Brychta, Ph.D. garant	doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D. děkan

Abstrakt

Předmětem mé bakalářské práce je sestavení podnikatelského záměru pro založení tanečního klubu v Jihlavě. Práce se skládá ze tří hlavních částí. Teoretická část je zaměřena na vymezení základních pojmů související s podnikatelským záměrem. V analytické části je analyzován současný stav trhu a následně v praktické části je sestaven konkrétní podnikatelský záměr.

Klíčová slova

podnikatelský záměr, SLEPTE analýza, SWOT analýza, finanční plán, tanec

Abstract

The goal of my bachelor's thesis is to build a business plan for the establishment of a dance school in Jihlava. The thesis consists of three parts. The theoretical part is dedicated to definitions of basic terminology related with a business plan. In the analytical part, I analyzed the current market situation, and the practical part includes the specific business plan.

Key words

business plan, SLEPTE analysis, SWOT analysis, financial plan, dance

Bibliografická citace

VÝDUCHOVÁ, Natálie. Podnikatelský záměr – založení tanečního klubu [online]. Brno, 2022 [cit. 2022-05-09]. Dostupné z: https://www.vutbr.cz/studenti/zav-prace/detail/139879. Bakalářská práce. Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, Ústav financí. Vedoucí práce Tomáš Heralecký.

Čestné prohlášení

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

V Brně dne 9. května 2022

………………………………

Podpis autora

Poděkování

Ráda bych tímto způsobem poděkovala mému vedoucímu práce panu Ing. Tomáši Heraleckému, Ph.D., za poskytnuté odborné rady a pomoc při zpracování bakalářské práce. Také bych chtěla poděkovat své rodině za podporu při studiu.

Obsah

ÚVOD 10

CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ 11

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE 12

1.1 Podnikání 12

1.2 Podnikatel 12

1.3 Podnik 12

1.4 Právní formy podnikání 13

1.4.1 Podnikání fyzických osob 13

1.4.2 Podnikání právnických osob 14

1.5 Podnikatelský plán 15

1.5.1 Účel podnikatelského plánu 15

1.5.2 Zásady podnikatelského plánu 15

1.5.3 Struktura podnikatelského plánu 16

1.6 Marketingový výzkum 18

1.7 Analýza trhu 19

1.7.1 Marketingový mix 19

1.7.2 SLEPTE analýza 20

1.7.3 Porterova analýza konkurenčních sil 22

1.7.4 SWOT analýza 24

1.8 Analýza rizik 25

1.9 Finanční plán 25

1.9.1 Plánování výnosů a příjmů 26

1.9.2 Plánování nákladů a výdajů 26

1.10 Zdroje financování 26

1.10.1 Vlastní zdroje financování 27

1.10.2 Cizí zdroje financování ... 27
1.11 Bod zvratu ... 29
1.12 Metody hodnocení investic ... 30
1.13 Rozpočet ... 31
2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU ... 32
2.1 Český svaz tanečního sportu ... 32
2.2 Marketingový průzkum ... 33
2.3 SLEPTE analýza ... 38
2.3.1 Sociální oblast ... 39
2.3.2 Ekonomická oblast ... 40
2.3.3 Politická a legislativní oblast ... 41
2.3.4 Technologická oblast ... 42
2.4 Porterova analýza konkurenčních sil ... 43
2.4.1 Stávající konkurence ... 43
2.4.2 Potencionální konkurence ... 44
2.4.3 Zpětná integrace – dodavatelé ... 45
2.4.4 Dopředná integrace – odběratelé ... 45
2.4.5 Riziko konkurence substitutů ... 45
2.5 SWOT analýza ... 46
2.5.1 Silné stránky ... 46
2.5.2 Slabé stránky ... 47
2.5.3 Příležitosti ... 47
2.5.4 Hrozby ... 47
3 PRAKTICKÁ ČÁST ... 48
3.1 Titulní strana ... 48
3.2 Exekutivní souhrn ... 49

3.3 Popis podniku ... 49
3.3.1 Právní forma ... 49
3.3.2 Daňová evidence ... 50
3.3.3 Cíle ... 50
3.3.4 Provozovna ... 50
3.3.5 Rozvrh lekcí ... 51
3.4 Marketingový plán ... 51
3.4.1 Produkt ... 52
3.4.2 Cena ... 52
3.4.3 Místo ... 53
3.4.4 Propagace ... 54
3.5 Personální zajištění ... 55
3.6 Hodnocení rizik ... 55
3.7 Realizační projektový plán ... 58
3.8 Finanční plán ... 59
ZÁVĚR ... 72
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ ... 74
SEZNAM ZKRATEK A SYMBOLŮ ... 77
SEZNAM OBRÁZKŮ ... 78
SEZNAM TABULEK ... 79
SEZNAM GRAFŮ ... 80
SEZNAM PŘÍLOH ... 81
PŘÍLOHY ... 82

ÚVOD

Tématem mé bakalářské práce je zpracování podnikatelského plánu pro založení tanečního klubu, který se bude zabývat výukou standardních a latinskoamerických tanců. Jelikož se odmalička profesionálně věnuji společenským tancům, je mi tato oblast velmi blízká a při zpracování podnikatelského plánu mi bude má praxe a získané informace z tanečních klubů v České republice velmi nápomocné.

Taneční sport se během několika let velmi rozšířil a v České republice je k dnešnímu roku založeno už 119 tanečních klubů. Za popularizaci tanečního sportu může i velmi populární pořad STARDANCE, který Česká televize vysílá již od roku 2006.

Pro založení tanečního klubu je potřebné sestavit kvalitní podnikatelský záměr, který mi pomůže vytyčit cíle a také mi poskytne mnoho důležitých informací týkající se podnikání v dané oblasti.

Práce bude rozdělena do tří hlavních kapitol, které se týkají teoretického zpracování, analýzy současného stavu a vlastní návrhy řešení. V první části teoretického zpracování se nacházejí vysvětlené pojmy související s podnikáním se zaměřením na jeho právní formy. Dále bude popsána struktura podnikatelského plánu i se souvisejícím obsahem, a také stanovené zásady sestavení podnikatelského plánu.

V analytické části zpracuji analýzu související s vnitřním a vnějším okolím podniku. Také provedu marketingový průzkum pomocí dotazníkového šetření, který mi pomůže s propagací klubu a zjištění výše zájmu o danou aktivitu.

V poslední části bakalářské práce se dále budu zabývat samotným sestavením podnikatelského záměru, kde použiji informace získané z předešlých analýz pro tvorbu plánů organizace a financí podniku.

CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ

Hlavním cílem této bakalářské práce je sestavení návrhu podnikatelského záměru pro založení nového tanečního klubu v Jihlavě, který bude zaměřen na výukou standardních a latinskoamerických tanců a dále také výukou latino ladies a salsou.

Dílčím cílem je teoretické zpracování pojmů, potřebné pro následné vypracování návrhu podnikatelského záměru. Dále vytvoření a zpracování marketingového výzkumu pomocí dotazníkového šetření a zpracování interních i externích analýz. Následně sestavení příjmů a nákladů související s provozem tanečního klubu.

Bakalářská práce je rozdělena do tří hlavních částí. V teoretické části jsou vymezeny základní pojmy a teorie týkající se dané problematiky. Je zde vysvětleno podnikání, účel, struktura a zásady podnikatelského záměru, analýza trhu a zdroje financování.

Analytická část je zaměřena na marketingový průzkum, SLEPTE analýzu, Porterůvu analýzu konkurenčních sil a na SWOT analýzu.

V poslední praktické části je sestaven podnikatelský záměr pomocí získaných informací ze dvou předešlých částí. Jsou zde stanoveny úvodní informace o podniku, marketingový mix, harmonogram znázorněný pomocí Ganttova diagramu, a nakonec finanční plán.

Pro vypracování bakalářské práce jsem čerpala z vybrané aktuální literatury, elektronických zdrojů a také z právní legislativy, potřebné pro podnikání v dané oblasti.

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

V teoretické části jsou vymezeny základní pojmy týkající se problematiky podnikatelského záměru. Je zde vysvětleno podnikání, účel, struktura a zásady podnikatelského záměru, analýza trhu a zdroje financování.

1.1 Podnikání

Podnikáním můžeme definovat jako soustavnou činnost, prováděnou podnikatelem samostatně, na vlastní jméno, odpovědnost a za účelem zisku (1, s. 20).

Pojmy, které jsou použity v definici znamenají:

- **soustavnost** – daná činnost je vykonávaná pravidelně,
- **samostatnost** – fyzická osoba jedná samostatně a právnická osoba jedná prostřednictvím statutárního orgánu,
- **na vlastní jméno** – fyzická osoba při právnických úkonech vystupuje svým jménem a příjmením naopak právnická osoba vystupuje pod svým názvem,
- **na vlastní odpovědnost** – podnikatel nese veškeré riziko za výsledky své činnosti,
- **dosažení zisku** – činnost je vykonávaná za účelem zisku (1, s. 20).

1.2 Podnikatel

Podle zákona č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník § 420 je podnikatel osoba, která:

„Samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku“(2).

Za daných podmínek, které stanovuje jiný zákon musí být osoba, která chce podnikat zapsaná v obchodním rejstříku (2).

1.3 Podnik

Podnik je subjekt, který vykonává hospodářskou činnost bez ohledu na právní formu, jehož cílem je maximalizace hodnoty podniku. V právních předpisech podnik není specificky vymezen (3, s. 12-13).

1.4 Právní formy podnikání

Již na začátku podnikatelské činnosti se musí podnikatel rozhodnout pro vhodný typ právní formy podniku. Obchodní zákoník stanovuje dvě právní formy podnikání. První právní formou je podnikání fyzických osob, kde se jedná o samostatné podnikání. Druhá forma je podnikání právnických osob, kde vzniká nový právní subjekt (4, s. 68).

1.4.1 Podnikání fyzických osob

Podnikání, které je za základě živnostenského nebo jiného oprávnění k provozování podnikatelské činnosti se nazývá podnikání fyzických osob. Pro podnikání spojené se živností musíme splnit následující podmínky (1, s. 67).

Všeobecné podmínky:

- minimálně věk 18 let,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost (1, s. 68).

Zvláštní podmínky:

- odborná a jiná způsobilost, pokud ji dané živnost vyžaduje (1, s. 68).

Podnikání fyzických osob upravuje živnostenských zákon, který dělí živnosti na dvě skupiny, a to na živnost ohlašovací a živnost koncesovanou (5, s. 193).

Ohlašovací živnost vzniká podáním písemného ohlášení u příslušeného živnostenského úřadu nebo dnem, který podnikatel uvede jako den zahájení podnikatelské činnosti. Ohlašovací živnost se dále dělaní na **řemeslnou**, **volnou** a **vázanou** (6).

- **Řemeslná živnost** – je podmíněna vyučením, vyučením s maturitou nebo jiným vzděláním souvisejícím s živností (5, s. 193).
- **Volná živnost** – u této živnosti není potřeba žádné odborné způsobilosti (5, s. 193).
- **Vázaná živnost** – prokazuje se pomocí vzdělání a doby praxe, osvědčením o rekvalifikaci nebo složení zkoušky (5, s. 193).

Koncesovaná živnost vzniká dnem doručení koncesní listiny a musí být provozována pouze na základě státního povolení, kterou je koncese. Do této živnosti jsou zařazeny

obory, u kterých je riziko ohrožení života, zdraví, majetku a zákonem chráněných veřejných zájmů (6).

Výhody podnikání fyzických osob jsou:

- rychlé a levné založení,
- možnost volně nakládat se ziskem,
- jednodušší administrativa,
- zdanění zisku pouze daní z příjmů fyzických osob (5, s. 193).

Nevýhody podnikání fyzických osob:

- obtížnější získání úvěru,
- bez garance minimální mzdy,
- zdravotní a sociální pojištění hrazeno samostatně,
- neplacená dovolena (7).

Provozovna

Podle zákona č. 455/1991 Sb. Živnostenský zákon § 17 se provozovnou rozumí: *„Prostor, v němž je živnost provozována. Za provozovnu se považuje i automat nebo obdobné zařízení sloužící k prodeji zboží nebo poskytování služeb a mobilní provozovna“* (7).

1.4.2 Podnikání právnických osob

Všechny typy právnických osob musí být zapsány v obchodním rejstříku. Dle zákona jsou definovány následující právnické osoby (4, s. 69).

Osobní společnost, je zde předpokládaná osobní účast podnikatele na řízení podniku a obvykle je zde neomezené ručení společníků za závazky. Do osobních společností patří:

- veřejná obchodní společnosti,
- komanditní společnost (4, s. 69).

Kapitálová společnost, zde je povinnost vkladu společníků a ručení za závazky podniku je omezené nebo žádné. Do této skupiny patří:

- společnost s ručením omezeným,
- akciová společnost (4, s. 69).

Družstva, tato forma právnické osoby je nejméně častou právní formou. Je to společenství neuzavřeného počtu osob založené za účelem podnikání nebo zajištění jiných potřeb svých členů (4, s. 69).

1.5 Podnikatelský plán

„Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením i chodem podniku" (8, s. 11).

1.5.1 Účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán je důležitý pro interní účely podniku, je však vyžadován i externími subjekty (4, s. 95).

Pro interní účely slouží jako plánovací nástroj, podklad pro rozhodování, a také jako nástroj kontroly. Zpracováním podnikatelského plánu umožňuje získání užitečných poznatků z analýz, jako je analýza vnějšího okolí. Dále získáme přehledné demonstrování záměrů ve vývoji firmy, predikci vývoje finančních toků, včasné odhalení možných slabin a rizik. Pomocí podnikatelského plánu máme možnost informovat zaměstnance o záměrech firmy plánované do budoucna (4 s. 95-96).

Externí subjekty analyzují podle podnikatelského plánu schopnost realizovat náročnější investiční program nebo připravenost ucházet se o určitý druh podnikatelské podpory. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán, tak může podniku přispět k získání potřebného kapitálu (4, s. 96).

1.5.2 Zásady podnikatelského plánu

Pří zpracování musíme respektovat určité platné zásady, které se týkají vzniku podnikatelského plánu. Podnikatelský plán by měl být:

- **srozumitelný** – je důležité, aby byl sestaven jednoduše a přehledně,
- **logický** – myšlenky a skutečnosti na sebe musí logicky navazovat a být podloženy fakty,
- **uvážené stručný** – plán by měl být stručný a obsahovat základní fakta,
- **pravdivý a reálný** – údaje a predikce by měly být pravdivé a reálné,

- **respektování rizik** – je vhodné respektovat rizika a identifikovat je, zvyšuje to důvěryhodnost podnikatelského plánu (4, s. 96-97).

1.5.3 Struktura podnikatelského plánu

Obsah podnikatelského plánu je pro každý podnik individuální, měl by však obsahovat určité body. Podnikatelský plán se skládá z následujících částí (8, s. 36).

Titulní strana

Je souhrnný výklad obsahu, ve kterém by se měly nacházet údaje o společnosti, jména podnikatelů, popis podniku a povaha podnikání či způsob a struktura financování (8, s. 36).

Exekutivní souhrn

Tvoří nejdůležitější shrnutí aspektů podnikatelského plánu a jeho úkolem je oslovení potenciálních investorů. Dozvíme se zde hlavní myšlenku nebo silné stránky podniku. Tato část se většinou zpracovává až po sestavení podnikatelského plánu (8, s. 36).

Analýza trhu

Skládá se převážně z analýzy konkurenčního prostředí jako jsou významní konkurenti. Je důležité zahrnout i přírodní faktory, legislativní podmínky nebo politickou situaci na daném území. Také je zde na základě segmentace trhu provedena analýza zákazníků (8, s. 36-37).

Popis podniku

Uvádí podrobný popis podniku, který by měl obsahovat jenom doložitelná fakta, týkají se založení, strategie nebo cílů podniku a cesty k jejich dosažení (8, s. 37).

Klíčovými prvky v této části jsou:

- výrobky nebo služby,
- umístění / lokalita a velikost podniku,
- přehled personálu podniku / organizační schéma,
- průprava podnikatele – znalostní vybavení a předchozí praxe či reference (8, s. 37).

Výrobní plán

Znázorňuje celý výrobní proces, včetně subdodavatelů, pokud by firma realizovala část výroby formou subdodávek. Je také nutné uvést informace o již uzavřených smlouvách. Jestliže bude podnikatel zajištovat celou nebo část výroby sám, musí být uveden popis potřebných strojů, zařízení a také používané materiály a jejich dodavatele (8, s. 37-38).

Pokud se nejedná o výrobní podnik, poté nazýváme tuto část jako „obchodní plán“, který obsahuje informace o nákupu zboží a služeb (8, s. 37-38).

Marketingový plán

Marketingový plán je obvykle považován investory za nejdůležitější součást zajištění úspěchu. Znázorňuje způsoby distribuce, oceňování a propagování výrobků nebo služeb. (8, s. 37-38).

Marketingový plán tvoří vcelku tři typy rozhodnutí, kterými jsou:

- výběr cílového trhu,
- určení tržní pozice produktu,
- rozhodnutí o marketingovém mixu (9, s. 22).

Základ pro výběr **cílového trhu** podniku je segmentace trhu, při niž zvažujeme jeho velikost a kupní sílu. Následovně na základě těchto faktorů určíme hodnotu segmentu trhu (8, s. 22).

Určení **tržní pozice** produktu je posouzením našeho produktu mezi konkurenčními produkty na trhu. Cílem je dosažení odlišnosti od konkurence na trhu a získat povědomí zákazníka o našem produktu. Při určování tržní pozice postupujeme ve třech krocích:

- identifikace možné konkurenční výhody našeho produktu,
- výběr optimální konkurenční výhody, která je důležitá pro spotřebitele,
- zvolení efektivního způsobu komunikace a propagace výhody (9, s. 22-23).

Nakonec následuje rozhodnutí o **marketingovém mixu**, který se používá pro dosažení marketingových cílů a je nejdůležitějším souborem pro marketingové řízení (9, s. 23).

Organizační plán

V této kapitole podnikatelského plánu se nachází popsaná forma vlastnictví podniku. Pokud se jedná o obchodní společnost je potřebné rozvést detailněji informace

o managementu podniku a dále údaje o obchodních podílech. Všechny pracovní pozice jsou znázorněny v organizační struktuře podniku (8, s. 38).

Hodnocení rizik

Jsou zde popsána rizika, která vyplývají ze slabých stránek marketingu, výroby či manažerského týmu, z reakce konkurence nebo technologického vývoje. Podnikatel by měl tyto rizika analyzovat a připravit strategii pro jejich likvidaci (8, s. 38).

Rizika můžeme dělit z více hledisek například na vnitřní a vnější rizika nebo z věcného hlediska na technické, ekonomické, finanční a další. Analýzu rizik můžeme provádět pomocí analýzy citlivosti nebo expertního hodnocení (9, s. 32).

Finanční plán

Je důležitou součástí podnikatelského plánu, který určuje potřebné objemy investic a hodnotí nakolik je ekonomicky podnikatelský plán reálný. Zabývá se třemi nejdůležitějšími oblastmi, kterými jsou předpoklady příslušných příjmů a výdajů. Poté vývojem hotovostních toků, a nakonec odhadem rozvahy, která poskytuje informace o finanční situaci podniku k danému dni (8, s. 38).

Přílohy

Nachází se zde informativní materiály, které se nezačleňují do podnikatelského plánu. Na tyto jednotlivé přílohy by se však v textu mělo odkazovat. Jedná se například o korespondenci se zákazníkem (8, s. 38).

1.6 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum můžeme definovat jako systematický sběr, analýzu a intepretaci informací, které jsou základem pro marketingové rozhodování. Je to proces, pomocí kterého získáváme informace o marketingovém prostředí (10, s. 84).

Je také klíčovou marketingovou funkcí, která snižuje míru nejistoty spojenou z neustále se měnícího marketingového prostředí. Strategické i taktické marketingové rozhodnutí musí vyplývat ze znalosti a pochopení zákazníka i trhu (10, s. 84).

1.7 Analýza trhu

V kapitole analýza trhu se zaměřím na vnitřní analýzu, kterou je marketingový mix ve službách, poté na vnější analýzy trhu, kam patří SLEPTE analýza a Porterova analýza konkurenčních sil. Nakonec je popsána SWOT analýza.

1.7.1 Marketingový mix

Marketingový mix se používá pro dosažení marketingových cílů a je nejdůležitějším souborem pro marketingové řízení. Je sestaven z následujících čtyř částí:

- produkt,
- cena,
- místo,
- propagace (11, s. 83).

U některých podniků se dále můžeme setkat s modifikací marketingového mixu v podobě 7P, který je rozšířen o oblast politics, public opinion, people. Další modifikaci vyplývající z rozvoje řízení vztahů se zákazníky se praxi rozšiřuje o zákaznický marketingový mix 4C obsahující položky zákazník, náklady na zákazníka, pohodlná dostupnost a komunikace (9, s. 23).

Produkt

Produkt je vše, co slouží k uspokojování lidských potřeb. Mohou jim být jak fyzické předměty, tak i služby, osoby, myšlenky, kulturní místa nebo nehmatatelné věci (11, s. 87).

Základní problémy, které se řeší v oblasti produktové politiky jsou:

- jaké produkty bude podnik nabízet nebo které nové produkty uvede podnik na trh,
- změny a vlastnosti produktu,
- produktový mix,
- životní cyklus produktu, tedy jak bude probíhat jeho vývoj, uvedení na trh, fáze zralosti a útlumu, postup při inovaci či uvedení nové generace produktu na trh (9, s. 24).

Cena

Cena představuje pro podnik zdroj příjmů a nejčastější se vyskytuje v podobě peněžní jednotky. Je definována jako směnná hodnota (11, s. 95).

Stanovením ceny se určuje pozice v hierarchii spotřebitelů, díky které ovlivňujeme nákupní rozhodování zákazníků a určujeme svoji konkurenční pozici. Mezi faktory při tvorbě ceny patří:

- konkurence,
- firemní cíle a cíle cenové politiky,
- poptávka,
- náklady,
- právní a regulační opatření (9, s. 22).

Místo

V marketingovém mixu je místo považováno jako proces distribuce produktu z místa, kde produkt vznikl do místa prodeje zákazníkovi. Cílem je poskytnutí požadovaného produktu na dostupném místě, ve správném čase a v určitém množství (11, s. 103).

Propagace

V propagaci podnik sděluje informace ohledně vlastních produktech, jejích cenách a místech prodeje. V současné době používáme v propagaci kromě reklamy také další nástroje, jako podpora prodeje, public relations, osobní prodej a přímý marketing (11, s. 113).

1.7.2 SLEPTE analýza

Tato analýza identifikuje a zkoumá externí faktory. Někdy se také nazývá jako PEST analýza a skládá se z následujících oblastí:

- sociální,
- technické a technologické,
- ekonomické,
- politické a právní (8, s. 48-49).

Sociální faktory

V sociální oblasti se zkoumají demografické a kulturní vlivy (12, s. 49).

V demografickém prostředí se zkoumá obyvatelstvo, jeho počet, hustota, struktura z hlediska pohlaví a věku, sociální složení apod. Se stavem veličin jsou také sledovány jeho změny tedy vývoj počtu obyvatelstva pomocí ukazatelů migrace, porodnosti, úmrtnosti a řadou dalších (12, s. 49).

U kulturních faktorů je obsahem životní prostředí, které je uměle vytvořeno člověkem. Kultura je vztahována k určitému lidskému společenství, kterého je součástí (12, s. 49-50).

Technické a technologické faktory

Tyto faktory jsou v dnešní době jednou z nejrychleji se vyvíjejících složek v oblasti marketingového makroprostředí. Je zde rychlý pokrok ve znalostech, objevy v daných oblastech, rozvoj informačních a komunikačních technologií. Všechny ty znalosti a oblasti jsou příležitostí pro rozvoj podniku. Z této oblasti se však může stát i limitující faktor pro osoby, které nemohou a neumějí daného potenciálu využít (12, s. 51).

Ekonomické faktory

Ekonomické faktory jsou důležité pro vytvoření koupěschopné poptávky. Jsou zde vyjádřeny celkové ekonomické úrovně země vyjádřenými ukazateli například míra nezaměstnanosti, míra inflace nebo hrubý domácí produkt (12, s. 51).

Politické a právní faktory

Legislativní faktory vytvářejí pole pro podnikatelské aktivity, které podnik musí respektovat. Nachází se zde právní normy týkající se existence firem i trhů, ochrana životního prostředí, ochrana spotřebitele a mnoho dalších. U politických faktorů nalezneme přístup vládní administrativy k firmám a trhům, struktura státních výdajů a daňový systém nebo jaká je míra korupce. Politická situace v daném státě i zahraničí může výrazně ovlivnit situaci na trhu. Krajními situacemi může být i vznik válek nebo revolucí (12, s.52).

1.7.3 Porterova analýza konkurenčních sil

Porterova analýza konkurenčních sil je založen na základě, že intenzita konkurence na trhu závisí na charakteru pěti základních skupin subjektů a jejich působení na sebe (5, s. 76).

Současná konkurence

Je konkurence, která už je na trhu a řeší stejnou či obdobnou problematiku. Charakter vztahů mezi stávající konkurenty definuje celý trh a může se zde objevit příležitostná spolupráce nebo také rivalita. Čím více je problematické konkurenční prostředí, tím větší je riziko nepříjemnosti při vstupu na trh. Podnik, který by chtěl vstoupit na trh by měl zjisti tyto informace:

- kdo jsou naši konkurenti a kdo jsou jejich zákazníci,
- kolik jich je a jak silní jsou,
- jaké jsou zde vztahy
- jak je rozdělený trh
- čemu se věnují a jak to provádění
- kolik peněz budeme muset vynaložit na zaujetí konkurenčního zákazníka (5, s. 77).

Potencionální konkurence

Tato konkurence se na trhu ještě nevyskytuje, ale muže na něj v budoucnu vstoupit. U této analýzy můžeme vycházet z různých veřejných prohlášení. Nejvhodnějších zdrojem pro tvorbu této analýzy jsou vhodné kontakty a všeobecný rozhled v odvětví na které vstupujeme. U podniků, které by v budoucnu mohly vstoupit na trh, ale zatím o tom nevědí, je analýza o mnoho složitější. Zde se spoléháme na analýzu bariér vstupu. K nejčastějším bariérám patří:

- velká investiční náročnost,
- vlastnit specifickou znalost a know-how,
- regulace ze strany státu (v podobě koncesí, licencí),
- nedostatečná nebo nedostupná infrastruktura (5, s. 78).

Poskytovatelé substitutů

U substitutů je nabídka takových produktů, které řeší stejné problémy, ale pomocí jiného způsobu, než je nabízíme my. Analýza substitutu je velmi důležitá, ale často opomíjená. Snažíme se zde najít produkty, které přicházejí s jiným řešením než my. Čím více jich najdeme, tím více variant může zákazník vybrat na úkor našeho produktu a tím složitější je poté uplatnění na trhu (5, s. 79).

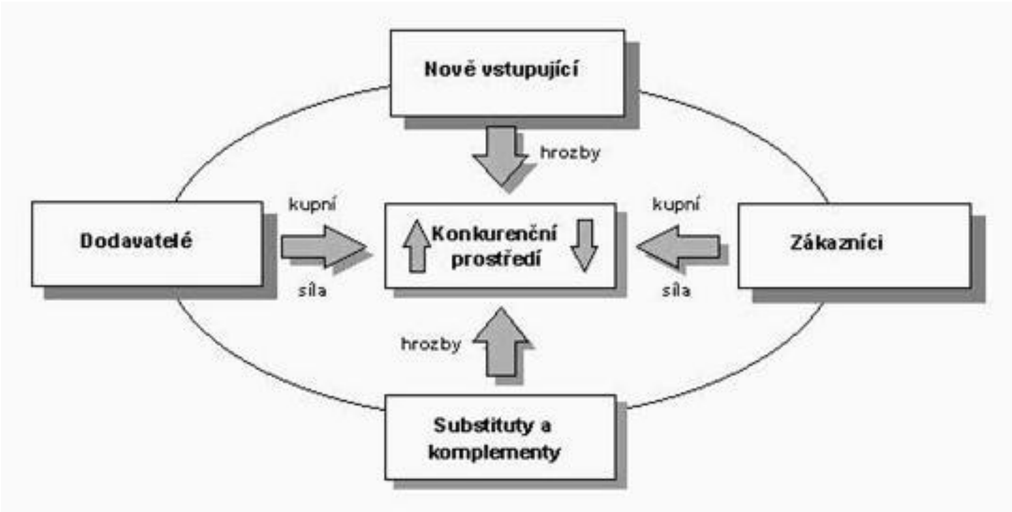
Dodavatelé

Všechny podniky potřebují pro svůj chod dodavatele. Pokud je na trhu velký výběr dodavatelů, kteří dodávají rovnocenné produkty, je situace na trhu málo riziková. V praxi to znamená, že najít jiného dodavatele a přejít k němu je snadné a nemusíme pro to vynaložit velké úsilí ani náklady (5, s. 80).

Zákazníci

U této analýzy se soustřeďuje především na vyjednávací sílu zákazníka. Bezproblémová situace z hlediska intenzity konkurence nastává, když je na trhu velké množství zákazníků a jejich podíl na celkových tržbách je velmi malý. Zákazník v této situaci musí přijmout podmínky, za které podnik svůj produkt nabízí. Riziko na trhu však roste při daných podmínek jako:

- zákazníků je málo,
- zákazník má velký podíl na tržbách podniku,
- zákazník může snadno odejít ke konkurenci,
- podmínkách uzavření obchodu není možné vyjednávat (5, s. 81).



Obrázek 1: Porterova analýza pěti konkurenčních sil

(Zdroj: 13)

1.7.4 SWOT analýza

Je nejpoužívanějším nástrojem pro analýzy trhu. Jedná se o analytický rámec a postup, který určuje významnost faktorů z pohledu silných a slabých stránek posuzovaného objektu a z pohledu příležitostí a hrozeb, kterými je daný objekt vystaven (8, s. 48).

Do **silných stránek** zařazujeme například zkušený management, kvalitní personál a servis. Čím více má daný podnik silných stránek, tím víc je to pro něj výhodné (9, s. 31).

U shrnutí **slabých stránek**, je cílem sdělení pro investora, že myslíme na všechny aspekty podnikání. Můžeme zde zařadit nedostatek zkušeností v dané oblasti nebo kapitálovou sílu. Na slabou stránku podniku bychom měli vzápětí odpovědět pozitivem (9, s. 31).

Analýza **příležitostí a hrozeb** se koncentruje na okolí podniku. Zdůrazňuje příležitosti, které můžou být pro podnik výhodou a měly by být posuzovány z hlediska atraktivnosti a pravděpodobnosti úspěchu. Zároveň tato analýza nabádá k zamyšlení nad problémy, které by v budoucnu mohly nastat (9, s. 31).

Je důležité si při sestavování SWOT analýzy uvědomit, že silné a slabé stránky můžeme ovlivnit, jelikož se jedná o interní faktory. Naopak hrozby a příležitosti jsou externími vlivy, které nijak ovlivnit nemůžeme a můžeme na ně pouze reagovat (8, s. 48).

Obrázek 2: SWOT analýza.
(Zdroj: 14)

1.8 Analýza rizik

Analýza rizik je proces, ve kterém stanovujeme hrozby, jejich míru pravděpodobnosti uskutečnění a stanovení jejich závažností. Analýza rizik může obsahovat:

- **identifikaci aktiv** – popis aktiv, které vlastní,
- **stanovení hodnoty aktiv** – ohodnocení možného dopadu ztráty aktiv,
- **identifikaci hrozeb a slabin** – události, které mohou ovlivnit negativně hodnotu aktiv,
- **stanovení závažnosti hrozeb a míry zranitelnosti** – určení pravděpodobnosti výskytu hrozby a míry zranitelnosti (15, s. 93-94)

Kvalita řešení problému je postaveno na kvalitní analýze rizik, která je potřebná pro vstup řízení rizik (15, s. 93-94).

1.9 Finanční plán

U každého podnikatelského plánu je důležité mít sestavený finanční plán. Při rozhodování o financích v začínajícím podniku můžeme rozdělit do jednotlivých fázi vývoje podniku.

Potřebujeme k tomu mít odhad o daných položkách:

- náklady na rozjezd podnikání,
- kapitál, který bude krýt rozjezd podnikání,
- výnosy, které očekáváme po zahájení podnikání,
- náklady a výnosy po skončení náběhové fáze, kdy nastává běžný provoz (16, s. 140).

1.9.1 Plánování výnosů a příjmů

Při plánování výnosů a příjmů je důležité rozlišovat tyto peněžní formy. Příjmy jsou peněžní prostředky, které podnik získal za uskutečnění svých služeb nebo prodej výrobků. Naopak výnosy jsou výsledky podnikání vyjádřené peněžními prostředky za stanovené období např. měsíc, pololetí, rok (9, s. 28).

1.9.2 Plánování nákladů a výdajů

Náklady jsou spotřeba výrobních prostředků, které jsou vyjádřeny peněžními prostředky, které by měly být vynakládány účelně a hospodárně. Naopak výdej je úbytek peněžních prostředků, které hned neznamenají tvorbu hodnoty (9, s. 29).

Při řízení efektivním řízení podniku bychom se měli zabývat strukturou nákladů. Můžeme je sledovat podle:

- druhu, které se můžou dělat na mzdové, materiálové, a energetické,
- účelu sloužící pro potřeby rozpočtování a kalkulací,
- činnosti, dělící se na provozní, finanční a mimořádnou,
- závislosti na změnách objemu výroby (9, s. 29).

1.10 Zdroje financování

Při založení společnosti nebo jejím rozvoji můžeme používat různé finanční zdroje. Nejčastěji zdroje dělíme z hlediska vlastnictví na zdroje vlastní a zdroje cizí. Můžeme je také členit z hlediska času, a to na krátkodobé a dlouhodobé (4, s. 105).

Při plánování bychom měli dbát na to, aby oběžný majetek byl financován ze zdrojů krátkodobých a dlouhodobý majetek ze zdrojů dlouhodobých, aby byla sladěně životnost zdrojů financování a majetku (4, s. 105).

1.10.1 Vlastní zdroje financování

Mezi vlastní zdroje financování můžeme řadit vklady podnikatelů, dary, dotace, odpisy nebo nerozdělený zisk minulých let či zisk běžného období (17, s. 24-25).

Vklady vlastníků

Žádné podnikání se neobejde bez počátečního vkladu osob, které chtějí začít s podnikáním. Tyto vklady můžou být zákonem stanovenou povinností i do výše vkladu nebo nikoliv. Vyznačují ochotu majitelů se podílet na podnikatelském riziku podniku (4, s. 106).

Zisk

U použití zisku jako zdroje financování nevznikají žádné náklady na cizí zdroje, nezvyšuje se ani objem závazků a snižuje se podstupované finanční riziko podniku. Jedná se o samofinancování podniku (4, s. 107).

Odpisy

Odpisy jsou postupné opotřebení dlouhodobého majetku v peněžním vyjádření. Pro podnik jsou stabilním finančním zdrojem a jejich použití je výhodnější než použití zisku, protože odpisy nepodléhají zdanění (4, s. 107).

1.10.2 Cizí zdroje financování

U financování podniku cizími zdroji má získaný kapitál charakter dluhu. Mají charakter externích zdrojů a podnik s nimi může nakládat po dopředu stanovenou dobu. Řadí se zde úvěry, dluhopisy, leasing, rizikový kapitál apod. (17 s. 25-26).

Úvěry

Nejčastějším cizím zdrojem financování v podniku jsou úvěry. Úvěr vzniká na základě uzavření úvěrové smlouvy mezi podnikem a bankou. Ze smlouvy vyplývá předmět i způsob splácení dluhu (18, s. 139).

U bankovních úvěrů je důležitá výše úrokové sazby, která představuje náklad na úvěr, poté skutečnost, jestli jsou úroky stanoveny fixní nebo variabilní sazbou a také způsob a doba umořování úvěru. Od těchto skutečností se odvíjí budoucí zátěž pro vytvořené peněžní toky a celkové finanční riziko (18, s. 139).

Obecně můžeme úvěry členi podle hlediska doby splatnosti, zajištění, podle úrokové sazby a podle měny, v niž je úrok splatný (18, s. 139).

Krátkodobé úvěry slouží pro krátkodobé překlenutí nesrovnalosti mezi disponibilní výši a potřebou zdrojů financování. Můžeme zde řadit úvěry jako:

- **obchodní úvěr** – odběratel uhradí svůj závazek za zboží nebo službu až po uplynutí předem písemně dohodnuté lhůty,
- **zálohy od zákazníků** – používají se především u podnikání, kde finální výroba produktu trvá delší dobu,
- **krátkodobé úvěry** – kontokorentní úvěr, krátkodobá účelová půjčka banky, revolvingový úvěr apod.,
- **ostatní krátkodobé nebankovní závazky** – závazky z emise krátkodobých cenných papírů, krátkodobé výpůjčky od jiných podniků (3, s. 158).

Další typem úvěrů rozdělené podle doby splatnosti jsou úvěry střednědobé a dlouhodobé, které mohou poskytovat banky, ale i jiné subjekty, které mají volný kapitál, např. pojišťovny (3, s. 158).

Tiché společenství

Podnik získává od konkrétní osoby, která se nazývá tichý společník vklady, které může dále používat ke svému podnikání. Tichým společníkem může být fyzická i právnická osoba (4, s.109).

Rizikový kapitál

Tento zdroj financování se používá pro projekty, které v sobě nesou vyšší riziko při realizaci, ale předpokládají vysoký výnos. Fond rizikového kapitálu vstupuje do podniku jako navýšení základního kapitálu, kterým získáme potřebné zdroje pro realizaci projektu (4, s.109).

Business Angels

Je individuální investor, který poskytuje kapitál na financování malých a středních podniků s velkou mírou potencionálu. Tento zdroj financování je podobný rizikovému kapitálu, probíhá však v menších objemech a prostřednictvím jednoho investora (4, s. 110).

Leasing

Pomocí leasingu může podnik koupit majetek bez dlouhodobého zadlužení. Podnik získá movitý nebo nemovitý majetek a nemusí ihned zaplatit celou částku. U leasingového financování jsou tři subjekty, a to dodavatel, leasingová firma a nájemce. Mezi nájemcem a leasingovou společností se uzavírá leasingová smlouva a mezi dodavatel a leasingovou společností se uzavírá kupní smlouva. Leasing se dále dělí na operativní, finanční a na prodej a zpětný leasing (4, s. 110-111).

Operativní leasing trvá relativně krátkou dobu a po uplynutí sjednané doby pomocí leasingové smlouvy se stanovený předmět vrací zpět k pronajímateli (19, s. 310).

Finanční leasing je sjednaný na delší dobu a po uplynutí sjednané doby stanovený předmět přechází do vlastnictví nájemce (19, s. 311).

Prodej a zpětný pronájem nastává, když firma vlastnící stále aktivum jej prodá leasingové společnosti a zároveň s ní uzavře smlouvu o zpětném nájmu (19, s. 311).

1.11 Bod zvratu

Pro stanovení objemu výroby potřebujeme rozdělení variabilních a fixních nákladů, kdy stanovený objem se nazývá bod zvratu. Nastává, když tržby pokryjí všechny vynaložené náklady, takže podnik nevytváří zisk ani ztrátu (8, s. 133).

Vzorec pro výpočet bodu zvratu:

$$Q_{BEP} = \frac{FC}{p - v}$$

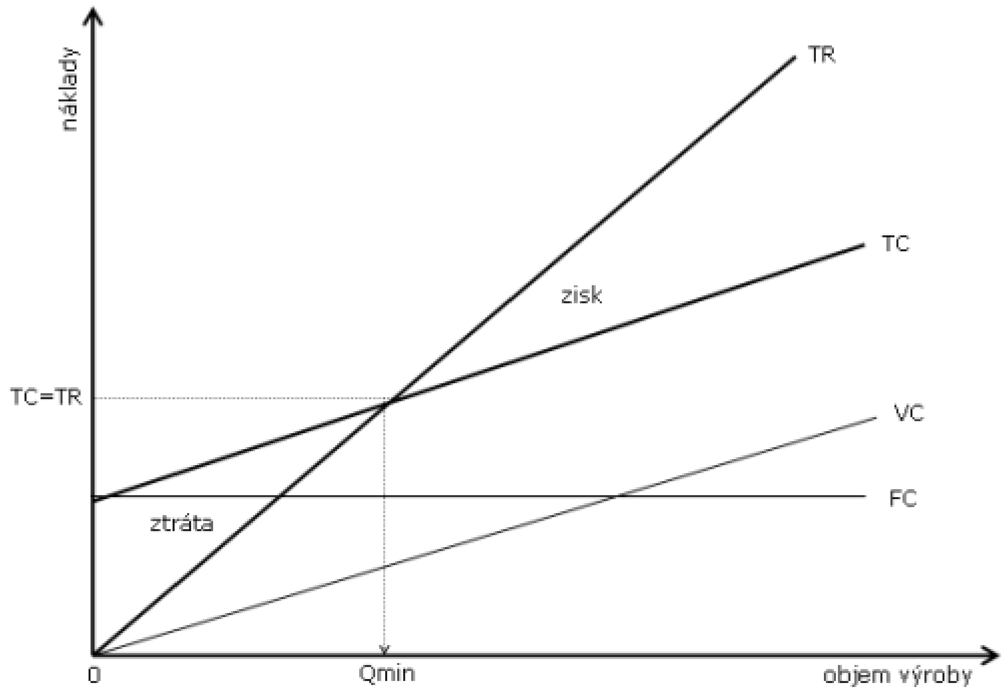
Kde:

Q_{BEP}…velikost produkce, kdy podnik dosáhne bodu zvratu,

p…prodejní cena za jeden kus výkonu,

FC…fixní náklady,

v…variabilní náklady na jeden kus produkce (20, s. 81).



Obrázek 3: Bod zvratu

(Zdroj: 21)

Fixní náklady

Tyto náklady se s objemem produkce zůstávají stejné a do určité míry se nijak nemění. Jedná se například o náklady spojené s pojištěním, odpisy budov, telefonní nebo poštovní poplatky (9, s. 29).

Variabilní náklady

Variabilní náklady se mění s objemem výroby patří sem například spotřeba materiálu, mzdy nebo energie (9, s. 29).

1.12 Metody hodnocení investic

Pro hodnocení investic si musíme stanovit kritérium, podle kterého budeme danou investici posuzovat. Cílem podniků může být snížení nákladů nebo zvýšení zisku. Kritérium hodnocení bude u takových podniků míra splnění požadovaného cíle (19, s. 301).

Metoda doby splácení (navratitelnosti)

Doba splácení znamená období, za které tok příjmů přinese hodnotu, která se rovná původním nákladům investice. Pří výpočtu použijeme daný vzorec (19, s. 304).

$$doba\ splácení\ (v\ letech) = \frac{náklady\ na\ investici}{roční\ cash\ flow}$$

1.13 Rozpočet

„Rozpočet je plán, jehož pomocí zjišťujeme náklady a výnosy podniku nebo vnitropodnikových útvarů na jejich plánovanou činnost v určitém období.“ (Synek, s.124)

Funkce rozpočtu je ukládání úkolů v nákladech a kontrolování hospodárnosti jednotlivých vnitropodnikových útvarů a poskytovaní podkladů pro stanovení sazeb.

Rozpočetnictví stanovuje budoucí náklady, výnosy, výsledek hospodaření, příjmy a výdaje, které vycházejí z cílů podniku. Je hlavním nástrojem pro vnitropodnikové a finanční řízení (19, s. 124).

2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

V kapitole analýza současného stavu je popsána organizace tanečního sportu a dále provádím marketingový průzkum pomocí dotazníkového šetření, který jsem použila pro zjištění povědomí a zájmu o taneční kurzy.

Dále se zaměřím na SLEPTE analýzu, která se zabývá analýzou vnějšího prostředí a Porterovu analýzu konkurenčních sil, která zkoumá konkurenci na trhu. Poslední analýzou v této kapitole je SWOT analýza.

2.1 Český svaz tanečního sportu

Český svaz tanečního sportu byl založen v roce 2005 a jedná se o spolek ve smyslu zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, jehož sídlo je v Praze. Účelem ČSTS je podpora rozvoje tanečního sportu a hájení zájmu svých členů. Současným voleným prezidentem je Ing. Martin Dvořák (22)

ČSTS patří pod světovou organizaci World dance sport federation, která byla založena v roce 1957 a sídlí ve městě Lausanne ve Švýcarsku

Obrázek 4: Logo CSTS
(Zdroj: 22)

Přehled divizí a tanečních klubů v České republice

V České republice se nachází celkově 14 divizí. Mezi divize s největším počtem tanečních klubů se řadí pražská, středočeská, jihomoravská a moravskoslezská divize. Celkově je v České republice 119 klubů s 3 060 platícími členy (22).

V tabulce č. 1 je souhrn počtu tanečních klubů nacházejících se v dané divizi.

Tabulka 1: Počet klubů v divizích ČR
(Zdroj: Vlastní zpracování (23))

Kraj	**Počet klubů**
Pražská divize	17
Jihočeská divize	4
Jihomoravská divize	16
Karlovarská divize	2
Vysočina divize	6
Královéhradecká divize	4
Liberecká divize	5
Moravskoslezská divize	16
Olomoucká divize	6
Pardubická divize	7
Plzeňská divize	2
Středočeská divize	19
Ústecká divize	8
Zlínská divize	7
Celkem	**119**

2.2 Marketingový průzkum

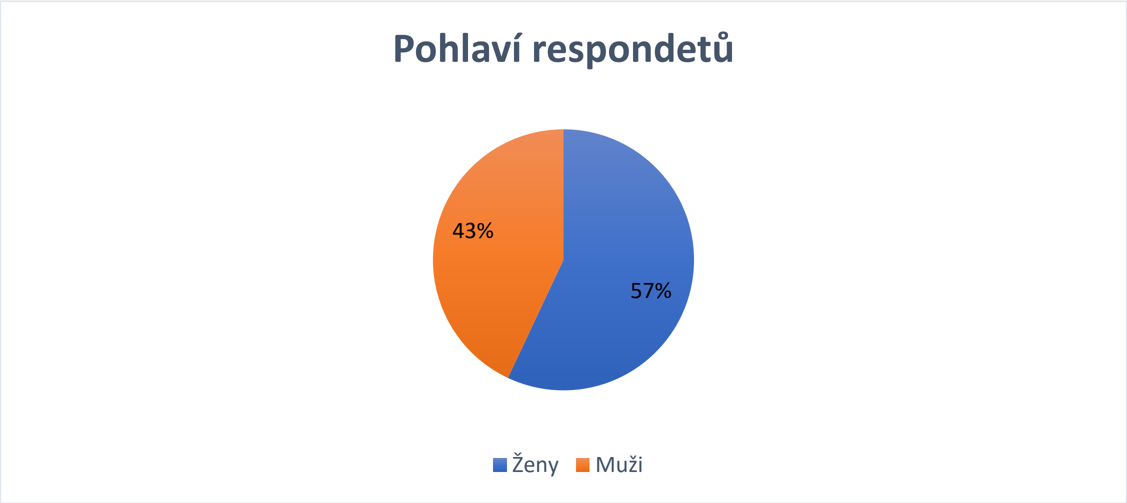
Marketingový průzkum byl proveden pomocí dotazníkového šetření. Internetový dotazník je anonymní a vytvořený na webové stránce Survio. Dotazník byl rozeslán pomocí sociálních sítí a emailů. Sběr odpovědí trval od 8. dubna do 17. dubna 2022.

Na dotazník odpovědělo 65 respondentů. Rozeslání dotazníku jsem cílila na respondenty žijící ve městě Jihlava a jeho okolí. Z důvodů anonymního dotazníku nelze s přesnou jistotou určit, jestli neodpovídali i respondenti z jiných měst.

Cílem dotazníkového šetření je zjištění povědomí o společenských tancích, zájem o tyto služby a jestli by je upoutala nabídka lekcí s lektorem z taneční televizního tanečního pořadu STARDACE.

Pohlaví respondentů

První otázka se týkala pohlaví respondentů. Podle grafu můžeme vidět, že na dotazník odpovědělo více žen než mužů, což bylo z důvodů dotazníku, který se týkal tance spíše očekávané. Žen, které odpovídaly bylo 57 % a mužů 28 %.

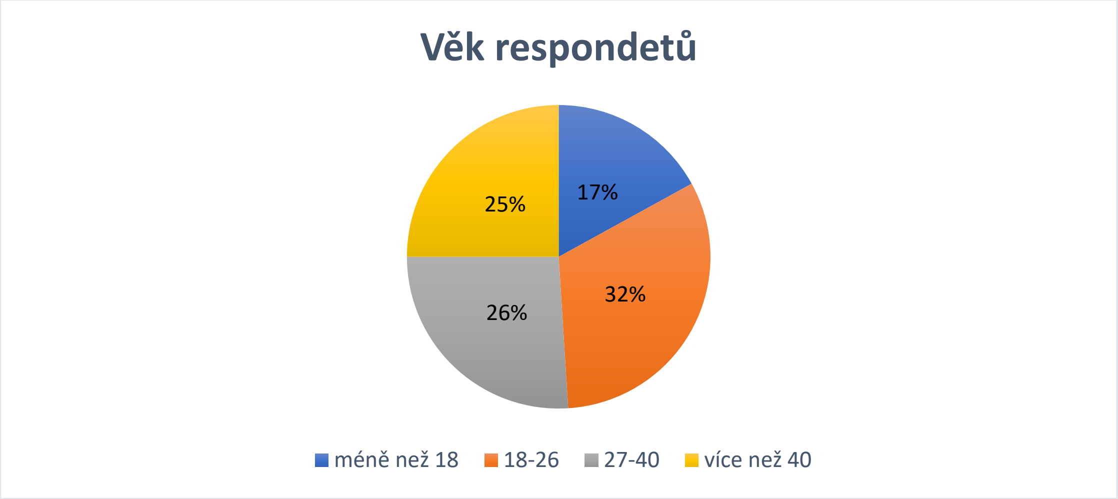


Graf 1: Pohlaví respondentů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Věk respondentů

Druhá otázka se zabývala věkem respondentů. Z grafu vyplývá, že nejméně respondentů bylo ve věků méně jak 18 let, odpovědělo jich 17 %. Další věková skupiny, která byla nejpočetnější je 18-26 let, kde respondentů odpovědělo 32 %. Ve věkové skupině od 27-40 let odpovědělo 26 % respondentů. Poslední věkovou skupinou je skupina nad 40 let, kde odpovědělo 25 % respondentů.

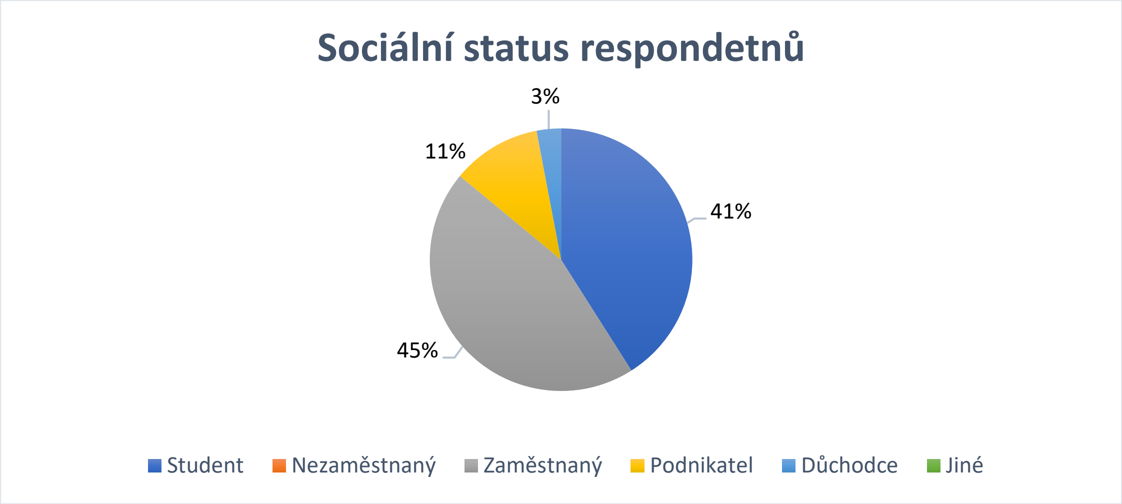
Ze sběru dat vyplývá, že se dotazníkového šetření zúčastnily všechny věkové skupiny v podobném počtu. To je pro nás výhodné, z důvodů cílení na zákazníky v každé věkové skupině.



Graf 2: Věk respondentů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Sociální status respondentů

Třetí otázka se zaměřila na sociální status respondentů. Nejpočetnější skupinou respondentů je skupina se sociálním statusem zaměstnaný, kde odpovědělo 45 % respondentů. Druhou nejpočetnější skupinou tvořící 41 % odpovědí je skupina se statusem student. Dále je zde skupina podnikatelů, kde odpovědělo 11 % respondentů a také odpověděli 3 % respondentů se statusem důchodce. Jiný status nebo status nezaměstnaný neměl žádný z respondentů.



Graf 3: Sociální status respondentů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Povědomí o společenských tancích

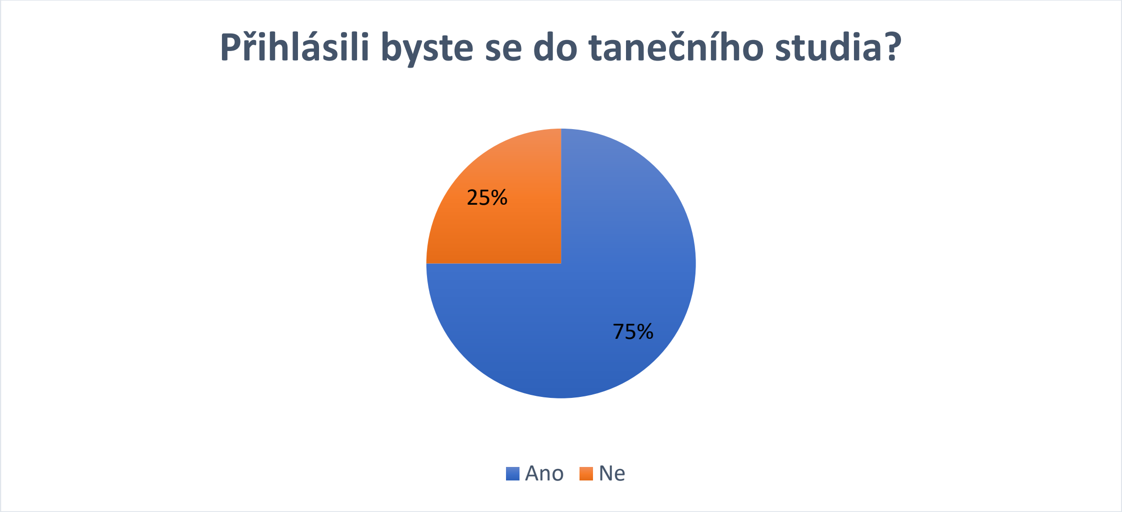
Další otázka se týkala povědomí o společenském tanci. Tato otázka je důležitá kvůli typu služeb, které nabízíme. Na otázku, jestli znají společenské tance odpovědělo kladně 95 % respondentů a záporně odpověděli 5 % respondentů. Z výzkumu tedy vyplývá, že povědomí o společenském tanci je velké.

Graf 4: Znalost společenských tanců
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Zájem o taneční studio

Pátá otázka se zabývala zájmem o přihlášení do tanečního studia, kde 75 % respondentů odpovědělo, že by se přihlásili do tanečního studia a zbylých 15 % odpovědělo, že by se do tanečního studia nepřihlásili.

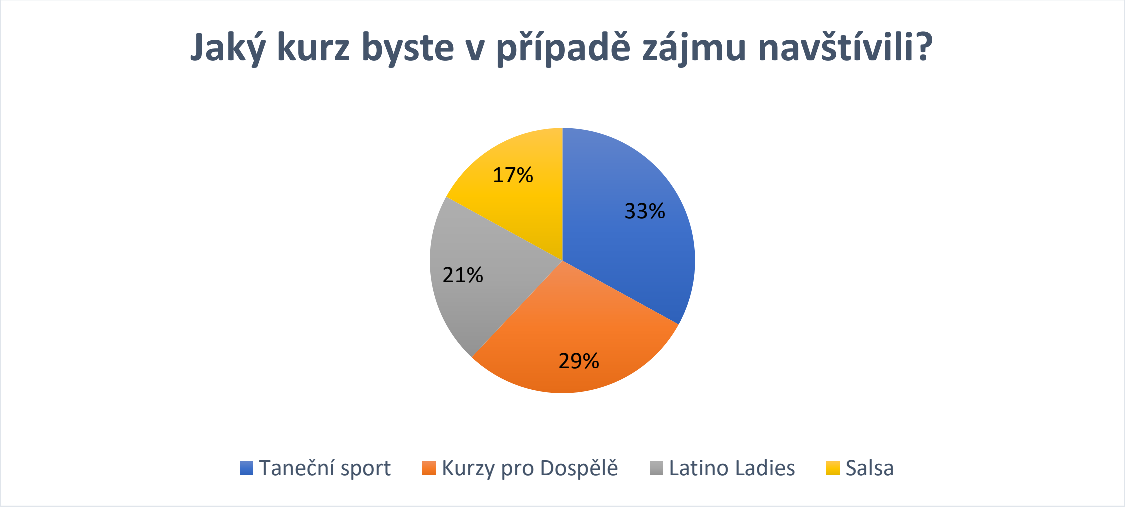
Z výzkumu vyplývá, že by se do tanečního přihlásilo ¾ respondentů. Tahle informace je pro začínající podnik velmi důležitá.



Graf 5: Přihlášení do tanečního studia
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druh tanečního kurzu

Šestá otázka se týkala druhu tanečního kurzu v případě zájmu o taneční studio. Největší zájem je o taneční sport, pro který hlasovalo 33 % respondentů, druhým v pořadí je kurz pro dospělé s 29 % hlasů od respondentů. Další je kurz latino ladies, kterého by se zúčastnilo 21 % respondentů a zbylých 17 % by navštívilo kurz salsy.

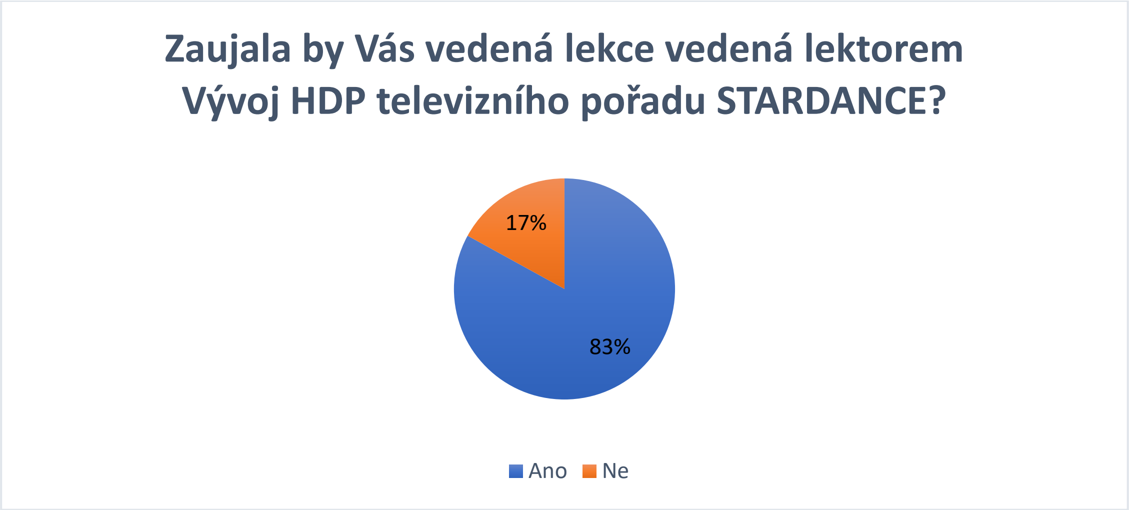


Graf 6: Jaký kurz by respondenti navštívili
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Zájem o lekci vedenou lektorem ze STARDANCE

Poslední otázka mířila na dotaz ohledně vedené lekce s lektorem z televizního pořadu STARDACE. Kladně odpovědělo 83 % respondentů a 17 % odpovědělo záporně.

Tato otázka je důležitá z důvodů propagace, jestli zákazníka zaujme tato nabídka služby či nikoliv a zdali je vhodné ji do propagace tanečního klubu zařadit. Z důvodu kladného přijetí zákazníka, proto tento druh propagace a zároveň i služby ji zařadím do nabídky tanečního studia.



Graf 7: Zaujetí lekce lektorem ze Stardance

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Shrnutí dotazníkového šetření

Z dotazníkového šetření jsem zjistila, že skoro všichni dotazování mají povědomí o společenském tanci. Dále ¾ dotazových by mělo zájem o přihlášení do tanečního studia a návštěvu nabízených kurzů. Největším zájem byl o taneční sport, který je hlavní službou při realizaci nového tanečního klubu. Poté je velký zájem o kurz taneční pro dospělé, které ostatní konkurenční kluby nemají ve své nabídce. Menší zájem je pak o kurzy latino ladies a salsa.

V neposlední řadě jsem zjistila, že by zákazníky zaujala služba s lektorem ze známého televizního pořadu STARDACE. Tuto informaci ve tvorbě propagace zužitkuji a vložím ji do nabídky služeb.

2.3 SLEPTE analýza

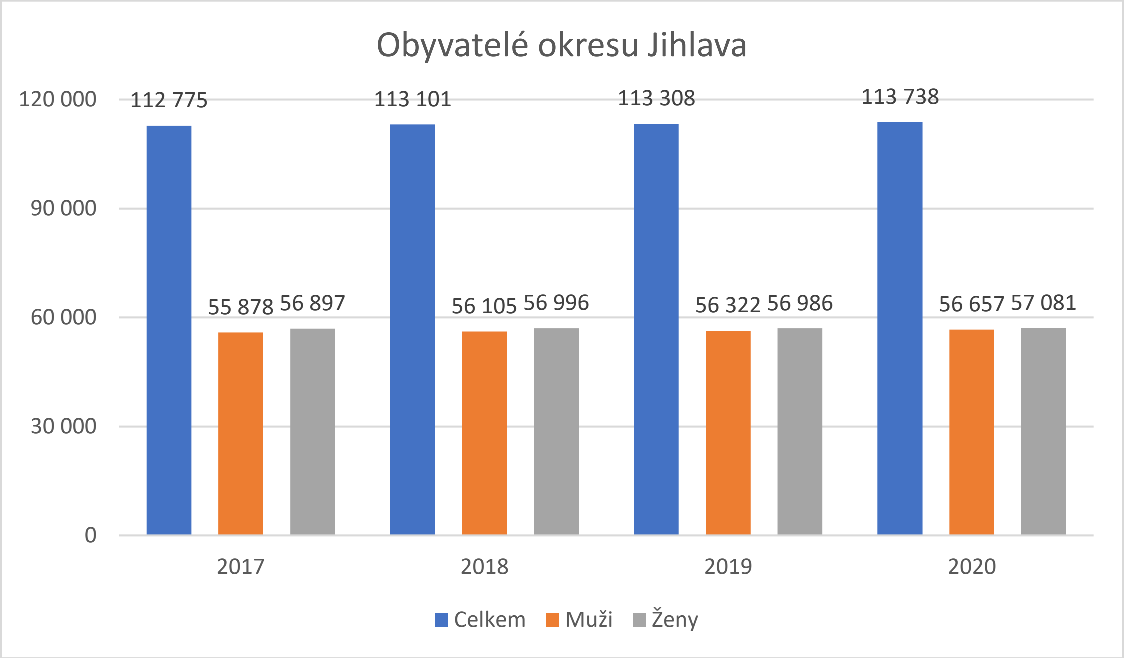
U zpracování SLEPTE analýzy použiji v sociální oblasti ukazatele složení obyvatelstva a jejich příjmy. V ekonomické oblasti se zaměřím na HDP, průměrná míra inflace a obecná míra nezaměstnanosti. Nakonec popíšu politickou oblast společně s legislativní a technickou oblast.

2.3.1 Sociální oblast

Pro tuto práci je v sociální oblasti důležitý demografický faktor v okresu Jihlava, u kterého se zaměřím na počet obyvatel jeho seskupení

K roku 2020 má okres Jihlava 113 738 obyvatel, z toho 57 081 tvoří ženy a zbývajících 56 657 jsou muži. Průměrný věk obyvatel je vypočítán na 42,9 let (24).

Z grafu vyplývá, že počet obyvatel od roku 2017 mírné stoupá a počet žen v okrese mírně převyšuje nad počtem mužů. Je to dáno z důvodů větší nabídky práce, než je běžné v menších městech.



Graf 8: Obyvatelé okresu Jihlava
(Zdroj: Vlastní zpracování (24))

V okrese Jihlava je k minulému roku 209 990 hospodařících domácností. Hospodařící domácnost se myslí jedinec nebo skupina osob, které spolu trvale žijí a hradí společně výdaje na domácnost. Jak můžeme z následující tabulku vidět počet domácnosti neustále stoupá i jejími čistými příjmy (25).

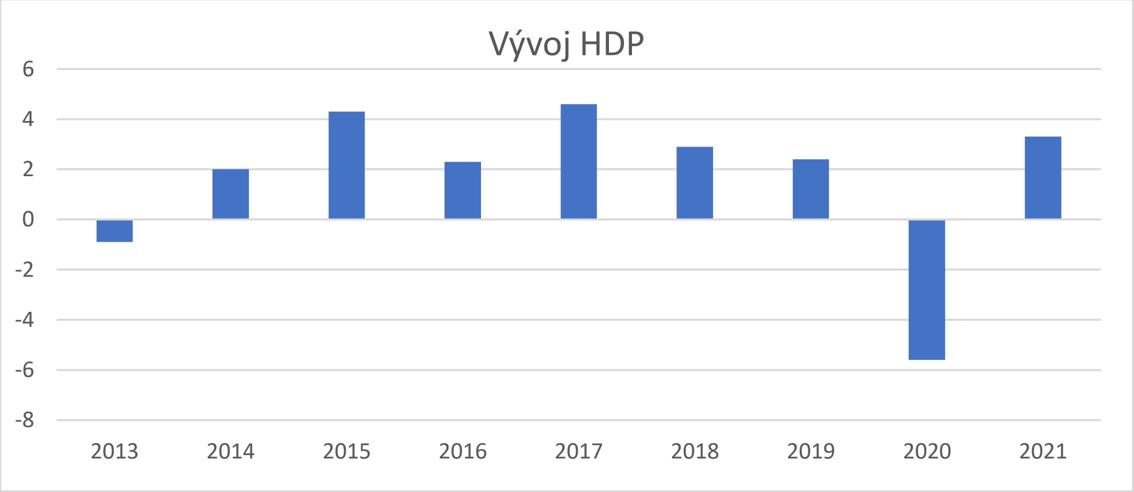
Tabulka 2: Příjmy, výdaje a životní podmínky domácnosti
(Zdroj: Vlastní zpracování dle (26))

	2017	2018	2019	2020	2021
Počet domácností	205 404	206 649	199 688	209 694	209 990
Hrubé peněžní příjmy (Kč/osoba/rok)	184 412	200 999	212 170	237 657	248 665
Čisté peněžní příjmy (Kč/osoba/rok)	159 487	172 334	181 119	201 299	211 325

2.3.2 Ekonomická oblast

Hrubý domácí produkt je peněžním vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb vytvořeným v určitém období na daném územím. Pomocí HDP se stanovuje výkonnost ekonomiky (27).

Z grafu vyplývá, že v roce 2020 byl meziroční pokles až o 5,6 %, což je nejvíce za historii České republiky. Tato situace nastala z důvodu celosvětové pandemie COVID-19, které zavinilo uzávěrku skoro celého ekonomického systému. V roce 2021 meziroční vývoj stoupl na 3,3 % jelikož opatření proti nemoci COVID-19 nebyla již tak drastická.



Graf 9: Vývoj HDP v letech 2013-2021
(Zdroj: Vlastní zpracování dle (28))

Průměrná míra inflace je důležitým faktorem pro podnikání. Vyjadřuje se pomocí indexu spotřebitelských cen, kdy přírůstek průměrného ročního indexu vyjadřuje

procentuální změnu průměrné cenové hladiny za 12 měsíců oproti předchozím 12 měsícům (28).

V tabulce můžeme vidět meziroční průměrnou inflaci v letech 2016-2021, která od roku 2017 neustále roste. Po roce 2020 inflace roste z důvodů vzniklé pandemie COVID-19 a její růst můžeme očekávat i v dalším období kvůli válečným nepokojům na území Ukrajiny.

Tabulka 3: Průměrná míra inflace
(Zdroj: Vlastní zpracování (29))

Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Inflace	0,7 %	2,5 %	2,1 %	2,8 %	3,2 %	3,8 %

Obecná míra nezaměstnanosti v kraji Vysočina výrazně klesala do roku 2019, avšak z důvodů začínající pandemie COVID-19 v roce 2020 opět stoupla a je nyní na 2,2 % nezaměstnanosti. V následujícím období můžeme opět očekávat její růst kvůli politické situaci vzniklé v roce 2022.

Tabulka 4: Obecná míra nezaměstnanosti
(Zdroj: Vlastní zpracování (30))

Rok	2016	2017	2018	2019	2020
Nezaměstnanost	3,2 %	2,7 %	1,7 %	1,4 %	2,2 %

2.3.3 Politická a legislativní oblast

Česká republika je demokratický stát, který je členem Evropské unie od roku 2004. Evropská unie podporuje členské státy v podnikání dotacemi a díky členství může Česká republika volně obchodovat na vnitřním trhu se zahraničními zeměmi bez jakýkoliv nákladů na dopravu.

Současná vláda zvolena v roce 2021 je sestavena z koalice SPOLU, která je složená ze stran ODS, TOP 09 a KDU-ČSL a koalice Piráti a Starostové. Premiérem je Petr Fiala. Vláda je vrcholným orgánem výkonné moci a zodpovídá se Poslanecké sněmovně (31).

Pro začínající podnikání je významný zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, který je důležitým předpisem pro živnostenské podnikání, dále je nutné při podnikání dodržovat

ustanovení zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, konkrétně z příjmů fyzických osob a zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění.

Pro provoz klubu je potřebné dodržovat předpisy ohledně hygieny a ochrany zdraví, kde se řídíme podle zákonu č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví. Při jakékoliv změně se řídíme vyhláškou Ministerstva zdravotnictví č. 410/2005 Sb., o hygienických požadavcích na prostory a provoz zařízení a provozoven pro výchovu a vzdělávání dětí a mladistvých.

Dalšími zákony, které ovlivňují podnikání jsou:

- zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví spolu s českými účetními standardy,
- zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník,
- zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce,
- zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon.

2.3.4 Technologická oblast

Technologická vývoj nemá rozsáhlý dopad na nabídku našich služeb. Z důvodů vzniklé pandemie COVID-19 v roce 2020 se rozšířily výukové lekce přes internet, které umožnily výuku lekcí i distanční formou.

Youtube

Na této platformě může lektor nahrávat výukový materiál, který si zákazník může zpětně několikrát pustit a podle toho trénovat. Pokud je kurz přístupný veřejnosti, tak toho může využít i samouk, který nemusí navštěvovat žádný z kurzů a učí se touto formou sám z domova. Nevýhoda je, že lektor nemůže daného jedince opravovat a individuálně se mu věnovat.

Zoom

Pomocí této platformy se můžou uskutečňovat jednotlivé či skupinové hovory s lektory a zákazníky. Je zde výhoda toho, že lektor vidí, jak zákazník provádí danou věc a může se mu individuálně věnovat.

2.4 Porterova analýza konkurenčních sil

Pomocí této vnější analýzy porovnáme stávající konkurencí tanečních klubů, potencionální konkurenci, dodavatele a odběratele.

2.4.1 Stávající konkurence

Ve městě Jihlava se nacházejí dva konkurenční kluby, které vyučují standardní a latinskoamerické tance:

- **ŠaR dance Jihlava** – klub zajišťuje výuku standardních a latinskoamerických tanců pro děti a mládež ve věku od 8 do 18 let. Klub má své interní trenéry, ale spolupracuje i s externími trenéry.
- **TJ Sokol Bedřichov TK Chrisstar Jihlava** – byl založen v roce 1996 a připravuje mladé tanečníky v oblasti standardních a latinskoamerických tanců. Každoročně otevírá přípravné třídy pro děti od 5 do 9 let a pro juniory a mládež od 10 do 18 let.

Porovnání konkurence

Z porovnání dvou tanečních klubů, které se ve městě Jihlava nachází jsem zjistila, že oba taneční kluby poskytují převážně výuku pro děti, juniory a mládež. Ani jeden z klubu neposkytuje taneční složku pro dospělé. Jejich nabídky služeb nejsou rozšířeny ani o substituty, kterými jsou například lekce salsy, zumby nebo latino ladies.

V tabulce jsou uvedeny ceny kurzovného pro sportovní tanec. U tanečního klubu ŠaR dance Jihlava jsou ceny umístěny na jejich webových stránkách, avšak u tanečního klubu TJ Sokol Bedřichov TK Chrisstar Jihlava jsem ceny kurzovného na webových stránkách ani jiných propagačních profilech nenašla.

Tabulka 5: Porovnání cen konkurence
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Sportovní tanec	ŠaR dance Jihlava	TJ Sokol Bedřichov TK Chrisstar Jihlava
Děti	2 000 Kč	neuvedeno
Junioři a mládež	2 500 Kč	neuvedeno
Dospělí	2 500 Kč	neuvedeno

Zde je porovnání počtu členů v jednotlivých kategoriích daného klubu. Vyplývá z ní, že taneční klub TJ Sokol Bedřichov TK Chrisstar Jihlava má ve všech věkových složkách více členů a je tak vetší konkurenční hrozba než ŠaR dance Jihlava i z důvodů větší historie ve městě Jihlava.

Tabulka 6: Počet členů v klubu
(Zdroj: Vlastní zpracování (23))

Klub	**Počet členů**			
	děti, junioři	**mládež**	**dospělí**	**celkem**
ŠaR dance Jihlava	6	1	2	9
TJ Sokol Bedřichov TK Chrisstar Jihlava	15	3	3	21

2.4.2 Potencionální konkurence

Jelikož v Jihlavě není značně rozšířená výuka standardních a latinskoamerických tanců jako ve městech jiných je vysoká pravděpodobnost vstupu nové konkurence na trh. Už jenom z důvodů, že se výuka společenských tanců v posledních letech dostává velmi do povědomí zákazníků. Především u manželských párů je čím dál tím větší poptávka po tanečních lekcích a tím by mohlo vzniknout riziko nově příchozích konkurentů, kteří by mohli cílit na tyto zákazníky a otevřít si nové tančírny po městech.

2.4.3 Zpětná integrace – dodavatelé

Mezi hlavní dodavatelé patří externí trenéři, kteří si mohou klást určité podmínky. V současné chvíli je však dostatečný počet lektorů a z toho vyplývá, že je zde vysoká konkurence na trhu. Díky tomu zde není vysoké riziko vzniku přemrštěné ceny, kterou si lektor stanový za jednotlivé lekce. Hraje zde však roli i to, jak je trenér zkušený, jaké má za sebou vlastní výsledky a výsledky svým vytrénovaných párů.

Dalším dodavatelem je Bazén Evžena Rošického, který nabízí pronájem tělocvičny a zrcadlových sálů, s nímž máme zřízený pronájem. Klade nám podmínky pronájmu, u kterého je stanovena daná cena, která je sjednaná na určitou dobu.

2.4.4 Dopředná integrace – odběratelé

Za odběratele můžeme považovat zákazníky, které zajímá výuka společenských tanců. Z důvodů dvou menších klubů nacházejících se ve městě Jihlava musíme stanovit podobnou cenu školného, abychom hned na začátku neodlákali potencionálního zákazníka.

V oblasti výuky salsy a latino ladies bude cena stanovena obdobně s porovnáním jiných sportovních centrem, aby zákazník nepřemýšlel o zvolení jiného substitutu danému k tanci.

2.4.5 Riziko konkurence substitutů

Riziko je zde poměrně vysoké z důvodů neustálého rozšiřování tanečního portfolia. Velmi oblíbenými se v poslední době stávají taneční skupiny, které se zaměřují především na break dance, street nebo hip hop. Dále můžeme brát za substitut určitou uměleckou složku jako je výuka hudby nebo malování.

Kvůli vysokému zájmu o zdravý životní styl se za poslední roky rozšířilo spoustu sportovních center, fitnessových center a obdobných středisek. Kvůli tomu se tak rozšířil seznam substitutů, díky kterým se daná aktivita může nahrazovat jinou obdobnou aktivitou.

2.5 SWOT analýza

Ve SWOT analýze posoudím interní faktory, kterými jsou silné a slabé stránky našeho tanečního klubu a také externí vlivy, kde jsou popsány příležitosti a hrozby, kterými je klub vystaven.

Tabulka 7: SWOT analýza.
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Silné stránky	**Slabé stránky**
Kvalitní trenéři	Začínající podnik
Možnost individuálních lekcí	Nízké povědomí o tanečním klubu
Více druhů tanečních služeb pro veřejnost	Pronájem
Sídlo tanečního klubu	Malé zkušenosti s podnikáním
Příležitosti	**Hrozby**
Zvýšené povědomí o tanečním sportu	Konkurence
Rostoucí zájem o zdravý životní styl	Covid – omezení provozu
Skupiny ve všech věkových kategoriích	Nezaujetí zákazníka
Stabilní počet obyvatel	Politická situace

2.5.1 Silné stránky

Silnými stránkami tanečního klubu jsou kvalitní trenéři, kteří mají za sebou mnoho republikových i světových úspěchů a vychovali už spoustu úspěšných svěřenců po celé České republice. Při zájmu zákazníka bude možnost individuálních lekcí páru či jednotlivce s vybraných lektorem.

Taneční klub bude nabízet nejen výuku standardních a latinskoamerických tanců, ale v nabídce budou i lekce salsy nebo latino ladies, které jsou zaměřeny pro ženy, které si chtějí zatancovat sólo latinskoamerické tance. Sál, kde budou všechny lekce probíhat se nachází v centru Jihlavy, takže je snadno přístupný i pro děti.

2.5.2 Slabé stránky

Mezi slabé stránky patří především to, že se jedná o začínající taneční klub a nebude mezi obyvateli tolik známý jako kluby, které zde působí už řadu let. S tím souvisí i vzniklé investiční náklady do propagace, která slouží k rozšíření povědomí a založení nového tanečního klubu.

Z finančních důvodů si na začátku podnikání nemůžu vybudovat své vlastní studio, jsem tedy odkázaná na pronájem jiných tanečních sálu. Z tohoto důvodu si nemůžu vybavit sál všemi pomůckami a vybavením, které bych do budoucna chtěla.

Klub bude provozováno na základě podnikání fyzické osoby a s tím jsou spojena i rizika s neznalostí právních požadavků podnikání.

2.5.3 Příležitosti

Za poslední pár let se povědomí o tanečním sportu zvýšilo. Velkou úlohou v tom má pořádání titulárních soutěží a mezinárodních soutěží na území České republiky. Do povědomí veřejnosti se tancování dostalo také díky dlouholetému populárnímu pořadu Stardance. Kvůli daným událostem přichází mnoho nových členů do tanečních klubů

V posledních několika letech se také rozmohl velký zájem o zdravý životní styl a lidé tak vyhledají aktivity, které je baví a tím se často stává určitý druh tance. Taneční klub bude nabízet lekce pro všechny věkové kategorie.

Získané informace z přechozí analýzy mi poskytly informace o stabilním stavu obyvatelstva v okrese Jihlava a postupném jeho zvyšování.

2.5.4 Hrozby

Ve městě Jihlava se nacházejí dva taneční kluby, které se zde pohybují už řadu let. Zákazníci, tak o nich mají větší povědomí a o naše nabízené služby, tak nemusí projevit zájem.

Kvůli vzniklé pandemii v roce 2020, zde byla mnohá opatření, která vedla k uzavírání nebo omezování většiny podniku. Je zde tedy možnost, že se kvůli zhoršující pandemické situaci budou znovu omezovat nebo uzavírat podniky. S touto událostí také souvisí růst cen energií a tím vetší pravděpodobnost zvýšení nájmu nebo ukončení spolupráce.

3 PRAKTICKÁ ČÁST

V této části bakalářské práce budu zaměřovat na realizaci podnikatelského plánu tanečního klubu na výuku standardních a latinskoamerických tanců.

3.1 Titulní strana

Název:	Dance studio Jihlava
Sídlo:	Bazén Evžena Rosického, ulice 6, E. Rošického 2684
Zakladatel:	Natálie Výduchová
Právní forma:	Osoba samostatně výdělečně činná
Předmět podnikání:	Výuka společenských tanců

Logo:

DANCE STUDIO JIHLAVA

Obrázek 5: Logo tanečního klubu

(Zdroj: Vlastní zpracování)

3.2 Exekutivní souhrn

Hlavním cílem podnikání je vytvoření tanečního klubu v Jihlavě pro všechny věkové kategorie s kvalitním zázemím a výukou. Nabídka těchto služeb je určena kolektivně i individuálně. Dílčím cílem je dobrá propagace, která poslouží k rozšíření povědomí o tanečním klubu a z toho vyplývá i větší využití nabídky služeb. Dalším dílčím cílem do budoucna je rozšíření nabídky kurzů pro veřejnost o další styly tanců a také uspořádání celodenních tanečních workshopů na daný styl tance pro naše zákazníky.

Podnik bude veden fyzickou osobou na základě živnostenského oprávnění, která má dlouholeté zkušenosti v oblasti společenských tanců, které může aplikovat do svého podnikání v oblasti sportovních služeb.

Po provedení vnitřní i vnější analýzy jsme zjistila, že výuka společenských tanců není v Jihlavě a ani v celém kraji, tak rozšířena jako ve většině krajů. Z toho důvodu je založení klubu v dané oblasti vyhovující a jsou zde větší šance úspěšného uchycení na trhu.

Podnik je vytvořen na bázi samofinancování z toho důvodu nebudou použity žádné externí zdroje. Prvotní náklady na zahájení podnikání jsou zaplaceny vlastními finančními prostředky majitelky. Náklady během roku jsou zaplaceny z příjmů za poskytované služby, které se pokryjí i v pesimistické variantě při poloviční kapacitě návštěvnosti kurzů.

3.3 Popis podniku

Předmětem podnikání je výuka společenských tanců v nově založeném tanečním klubu Dance studio Jihlava. Nabídka služeb je rozšířena o kurzy latino ladies a salsy.

3.3.1 Právní forma

Taneční klub bude založený fyzickou osobou podle zákona č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon. Výuka společenských tanců je poskytování tělovýchovných a sportovních služeb, které patří do živnosti ohlašovací vázaná. Pro tuto živnost jsou všeobecné podmínky a odborná způsobilost pro účely podnikání splněny.

3.3.2 Daňová evidence

Ze zákona č. 563/1991 Sb., Zákon o účetnictví nemá fyzická osoba, která v předcházejícím kalendářním roce nepřesáhla obrat 25 miliónů Kč povinnost vést účetnictví. Z toho důvodu bude fyzická osoba vést daňovou evidenci.

Pomocí daňové evidence se zjišťuje základ daně, který je následně potřebný pro výpočet daně z příjmů fyzických osob. Majitelka není plátcem DPH.

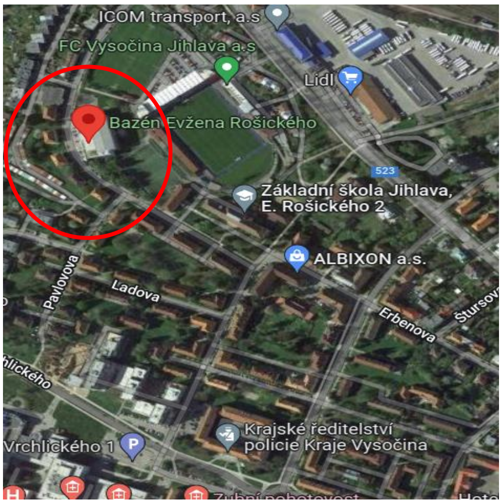
3.3.3 Cíle

Hlavním cílem je založení prosperujícího tanečního klubu pro všechny věkové kategorie s kvalitní výukou. S tím je spojen cíl s přípravou všech věkových kategorii na účast tuzemských i zahraničních soutěží. Samozřejmostí je vytvoření harmonického prostředí pro zákazníky.

Dalšími dílčími cíli je dobré jméno a propagace klubu, která je jistou výhodou do budoucna pro taneční klub a jeho služby. Do budoucna bych ráda zorganizovala jednodenní workshopy pro jednotlivé druhy tance.

3.3.4 Provozovna

Sál, kde se budou konat všechny taneční lekce pro sportovní složku a kurzy pro veřejnost se nachází na ulici E. Rošického 2684. Hned u sálu se nachází autobusová zastávka a díky své lokalitě je sál snadno dostupný.



Obrázek 6: Lokalita provozovny

Zdroj (32)

3.3.5 Rozvrh lekcí

Jsou sestaveny dva rozvrhy lekcí. Jeden je vytvořen pro složku, která se věnuje společenským tancům soutěžně a druhý rozvrh lekcí je vytvořen pro veřejnost. Při zvýšeném zájmu o kurzy pro veřejnost a sportovní tanec je k dispozici prostor pro rozšíření lekcí na více skupin.

Sportovní tanec

Tabulka 8: Rozvrh složky sportovní tanec
(Zdroj: Vlastní zpracování)

	16:00-16:45	16:45-17:30	17:30-18:15
Pondělí	Seminář STT – Děti a junioři	Pohybová průprava – všechny složky	Seminář STT – Mládež a Dospělí
Středa		Competition practise – všechny složky	
Čtvrtek	Seminář LAT – děti a junioři	Seminář LAT – Mládež a Dospělí	

Kurzy pro veřejnost

Tabulka 9: Rozvrh kurzy pro veřejnost.
(Zdroj: Vlastní zpracování)

	18:45-19:45	19:45-20:15
Středa	Latino ladies	
Čtvrtek	Salsa	
Pátek	Kurzy pro dospělé	

3.4 Marketingový plán

V rámci této části práce se zaměříme na marketingový mix, který se skládá z produktu, ceny, místa a propagace.

3.4.1 Produkt

Hlavním produktem je výuka standardních a latinskoamerických tanců. Lekce budou probíhat skupinově i individuálně se zkušeným lektorem daného stylu.

Sportovní tanec

Tato složka je určena od dětí ve věku šesti let až po dospělé, která je zaměřena na výuku tanečních párů připravující se na taneční soutěže. Probíhá zde výuka standardních a latinskoamerických tanců. Do standardních tanců patří tance waltz, tango, valčík, slowfox a quickstep, zatímco latinskoamerické tance se skládají z tanců samba, chacha, rumba, paso doble a jive. Lekce se skládají ze dvou seminářů týdně, rozdělené podle věku, dále jeden competition practise pro všechny věkové kategorie a pohybové průpravy.

Kurzy pro dospělé

Tyto kurzy jsou naplánovaný na pátek, kdy si páry mohou vyhradit večer jen samy pro sebe. V těchto kurzech panuje přátelská a uvolněná atmosféra spojena s příjemnou hudbou a společenským zážitkem.

Salsa

Salsa je kubánský tanec, který vznikl v 30. letech minulého století. Je vhodný jak pro jednotlivce, tak i pro páry. Výuka začíná od základních figur až po pokročilé sestavy salsy. Okrajově se lekce budou zabývat i styly jako bachata, reggaeton, merengue, které jsou silně spjaty s tancem salsa.

Latino ladies

Tyto lekce jsou zaměřeny na ženy, které si chtějí zatancovat bez tanečního partnera a mají zájem se naučit zajímavé choreografie latinskoamerických tanců pod vedením účastníka tanečního pořadu STARDANCE. Kurz není věkové omezený.

3.4.2 Cena

Pro začínající podnik je důležité, aby se ceny příliš nelišily od cen konkurence, a proto jsem z velké části cenu sestavovala z konkurenčního průzkumu cen ostatních klubů

nacházejících se na území kraje Vysočina. Postupem času, kdy klub bude známější a zákazníci budou s kvalitou služeb spokojeni si můžeme dovolit zvýšit ceny kurzovného.

V ceně kurzovného pro sportovní tanec jsou dva semináře týdně o délce 45 minut, rozděleny do dvou věkových složek. Dále je zde jeden competition practise, který v praxi znamená simulace taneční soutěže. A nakonec hodina pohybové průpravy, která se skládá z přípravy posílení a protáhnutí těla potřebného ke sportovnímu výkonu.

V kurzu pro dospělé je v pololetní ceně 11 lekcí v délce 90 minut.

Tabulka 10: Ceník pro sportovní tanec a kurzy pro dospělé
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Sportovní tanec – složky	**Pololetní kurzovné**
Děti, Junioři	1 900 Kč
Mládež, Dospělí	2 300 Kč
Taneční pro dospělé	1 800 Kč

Ceník lekce pro veřejnost zahrnují nabídku kurzů Salsy a Latino Ladies. Cena jedné lekce je 150 Kč za hodinu. Lze si zakoupit i permanentní kartu pro deset lekcí. Výhodou této služby je poslední lekce zdarma.

Tabulka 11: Ceník pro taneční kurzy
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druh kurzu	**1 lekce**	**10 lekcí**
Salsa	150 Kč	1 350 Kč
Latino ladies	150 Kč	1 350 Kč

3.4.3 Místo

Sál, kde budou probíhat všechny lekce se nachází na Bazén Evžena Rosického, ulice 6, E. Rošického 2684 v centru města. Po průzkumu pronájmu, jsem se rozhodla, že tato tělocvična bude pro začínající podnik nejen z důvodů ceny, ale také její velikostí a časových možností nejlepší.

Pokud postupem času nastane větší zájem o taneční lekce a kapacita sálu už nebude dostačující, je možnost rozšíření lekcí i do jiných sálů po městě Jihlava, na které jsem přišla po prodělání průzkumu o možném pronájmu.

3.4.4 Propagace

Jelikož jsme začínající taneční klub, je důležité na začátku podnikání zainvestovat do propagace, díky které se o nás dozví obyvatelé Jihlavy a jejího okolí.

Pro propagaci je důležité vytvoření webových stránek klubu. Najdeme zde úvodní informace o tanečním klubu, nabídku a ceny kurzů, seznam interních a externích trenérů, rozpis lekcí, sídlo, kontakt a další. Postupně zde budou vkládány profily tanečních párů a výsledkové listiny z tanečních soutěží.

S webovými stránkami souvisí i tvorba účtu na sociálních sítích jako je Facebook a Instagram. Tato propagace je zdarma a její rozsah je obrovský. Jelikož se tyto dvě platformy v poslední době velmi rozšířily mezi všechny věkové skupiny, můžeme díky nim snadno seznámit zákazníka s nově vznikajícím tanečním klubem.

Rozšířit povědomí o klubu nám pomůže i tvorba letáků a článek v měsíčníku Kraj Vysočina – Jihlava. Letáky s náborem členů do klubu budou umístěny po městě Jihlava a budou se rozdávat na základních školách, kde se budou před otevřením tanečního klubu uskutečňovat náborové lekce.

Pro zájemce o naše služby kurzu latino ladies a salsy jsou zorganizovány první lekce zdarma na začátku každého měsíce po dobu jednoho pololetí. Zákazník si může vyzkoušet, zda jim daný styl nebo trenér vyhovují a následně se rozhodnout, jestli chtějí naše kurzy dále navštěvovat.

Náklady na propagaci jsou jednorázové a vznikají na začátku podnikání kromě nákladové položky lekce zdarma, která se budou konat po dobu jednoho pololetí jedenkrát do měsíce. Náklady včetně ceny jsou shrnuty v následující tabulce.

Tabulka 12: Druhy nákladů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druh nákladu	Cena včetně DPH
Tvorba webových stránek	6 500 Kč
Tvorba letáků	1 500 Kč
Lekce zdarma	3 600 Kč
Reklama v měsíčníku Kraj Vysočina – Jihlava	3 000 Kč
Celkem	**14 600 Kč**

3.5 Personální zajištění

Jako majitelka se bude starat o finanční a administrativní stánku klubu. Bude mít na starost marketing a organizování týdenních lekcí. Zároveň bude také hlavní interní trenérkou, která vyučuje standardní a latinskoamerické lekce jako OSVČ.

Externí lektoři standardních a latinskoamerických tanců budou v klubu vyučovat jako OSVČ, díky tomu za ně nemusíme odvádět daně. Cenu si lektor za vedenou lekci stanovuje sám. Ceny se však pohybují okolo 400 Kč.

Lektoři na kurzy latino ladies a Salsa budou pracovat na základě smlouvy o provedení práce. Nepřesáhnou měsíční výdělek 10 000 Kč, takže za ně nebudeme hradit zdravotní pojištění. Jejich ohodnocení za lekci je 300 Kč. Postupem času při nárůstu klientu se jejích ohodnocení bude zvyšovat,

Všichni lektoři tanečního klubu budou vybrání s majitelkou s ohledem na jejich zkušenosti, přístupem k výuce a zodpovědnosti.

3.6 Hodnocení rizik

V této kapitole se budu zabývat hrozbou rizik a jejich eliminací. Při podnikání narážíme na spoustu rizik, které bychom měli znát a mít nachystaný plán, jak se s nimi vypořádat.

Nezaujetí a nedostatek zákazníků

Rizikem pro podnikání je nezaujetí zákazníka danou službou. Proto máme v nabídce více tanečních služeb, které se při velkém zájmu mohou rozšířit. Pro zaujetí klienta je důležitá propagace. Jsou tedy zorganizovány první lekce zdarma, kde si můžou daný styl tance vyzkoušet a zjistit, zda jim daný kurz vyhovuje.

Konkurence

Ve městě Jihlava se nacházejí dva taneční kluby, které sice nejsou nijak velké, jsou však již na trhu delší dobu. Zákazníky můžeme získat pomocí širší nabídky služeb, než má konkurence a taky nižších cen. Zákazníka může taky zaujmout vedené lekce s lektorem ze známé televizní show STARDANCE.

COVID-19

Kvůli celosvětové pandemii, která v České republice začala v roce 2020, vznikla řada opatření, která omezovala provoz podniků po dlouho trvající dobu. Spoustu podniků zkrachovala nebo se ani neotevřela.

V letošním roce je situace více uklidněna a většina opatření již neplatí. Je však stále možnost, že virus COVID-19 opět nabere na síle a určitá opatření, tak budou moci znovu nastat. Je tedy důležité mít možnost uspořádat lekce i pomocí videí či videohovoru. K tomu je důležité, abychom měli výkonný počítat s kvalitní webkamerou.

Politická situace

V letošním roce vznikla nepříjemná politická situace, díky vzniklé válce na Ukrajině, na kterou zaútočila Republika Ruské federace. Mnoho obyvatel Ukrajiny hledá azyl v jiných státech. Bohužel na tuto situaci jsou navázány další faktory, které mohou znesnadnit podnikání, které nemůžeme nijak ovlivnit.

V následující tabulce jsou znázorněny výše popsaná rizika podle skutečnosti, jaká je jejich pravděpodobnost a její míra intenzity dopadu.

Dodavatelé

U dodavatelů, kteří jsou náš taneční klub lektoři může nastat neprofesionální chování jako např. časté rušení tanečních hodin na poslední chvíli, pozdní příjezdy na lekce nebo nevhodné chování na pracovišti. Jelikož se v současné chvíli nachází mnoho lektorů, kteří

se zaměřují na výuku standardních, latinskoamerických tanců a salsy nevzniká velké riziko nedostatku trenérů.

Tabulka 13: Hodnocení rizik
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Riziko	Hrozba	Scénář	Pravděpodobnost	Dopad	Velikost rizika	Reakce
1	Nezaujetí zákazníka	Nedostatečný počet zákazníků	střední	vysoký	VHR	Nabídka služeb, kvalitní trenéři, první lekce zdarma
2	Konkurence	Nízký zájem o služby tanečního klubu	střední	vysoký	VHR	Nižší ceny než konkurence, lepší propagace
3	Protiepidemické vládní opatření	Uzavření provozovny	nízká	vysoký	SHR	Online lekce
4	Politická situace	Ukončení provozu	nízká	Vysoký	SHR	Sledování politické situace
5	Dodavatelé	Neprofesionální chování lektorů	nízká	nízký	NHR	Výměna lektora

Tabulka 14: Matice hodnocení rizik
(Zdroj: Vlastní zpracování (32))

Matice hodnocení rizik	Dopad		
Pravděpodobnost	**Vysoký**	**Střední**	**Nízký**
Vysoká	VHR	VHR	SHR
Střední	VHR	SHR	NHR
Nízká	SHR	NHR	NHR

3.7 Realizační projektový plán

Taneční klub mám v plánu otevřít v lednu v roce 2023. Příprava na jeho otevření bude trvat 7 měsíců a bude zahrnovat tyto aktivity:

- zajištění živnostenského oprávnění a splnění kurzu trenéra potřebného pro výuku standardních a latinskoamerických tanců, který bude trvat 2 měsíce,
- průzkum sálů vhodných k pronájmu na taneční výuku, který bude trvat 2 týdny,
- tvorba webových stránek tanečního klubu, které budou vytvořeny během 3 týdnů,
- propagace – tvorba letáků bude trvat 1 týden,
- propagace na sociálních sítích a formou letáků začne 3 měsíce před otevřením tanečního klubu,
- propagace formou náboru na základních školách začne měsíc před otevřením tanečního klubu a bude trvat 2 týdny,
- nákup vybavení, potřebný k vybavení sálu bude trvat 2 týdny,
- hledání lektorů na taneční výuku bude trvat 1 měsíc,
- tvorba rozpisu lekcí bude trvat 2 týdny,
- příprava na zahájení provozu tanečního klubu bude trvat týden.

Tabulka 15: Ganttův diagram
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Aktivita	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc	5. měsíc	6. měsíc	7. měsíc
Zajištění živnostenského oprávnění a licencí							
Průzkum sálů							
Hledání zaměstnanců							
Tvorba webových stránek							
Nákup vybavení							
Tvorba letáků							
Tvorba rozpisu lekcí							
Propagace							
Nábory							
Příprava na zahájení							

3.8 Finanční plán

V této kapitole jsou sestaveny kalkulace vstupní investice pro zahájení činnosti, poté jsem porovnala poskytnutý úvěr od společností. Dále jsem sestavila odhadované měsíční a roční náklady a příjmy z něhož je sestavený hrubý zisk pro první rok podnikání

v pesimistická, realistické a optimistické verzi a následně vypočítaná daňová povinnost fyzické osoby.

Financování z vlastních zdrojů

Vyčíslené vstupní investice pro zahájení podnikání budou hrazeny z vlastních finančních zdrojů podnikatelky. V následující tabulce jsou vyčísleny všechny náklady spojené se vznikem podnikání, které činí 46 649 Kč.

Tabulka 16: Vstupní náklady
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Nákladová položka	**Cena včetně DPH**
Živnostenské oprávnění	1 000 Kč
Licence II. a III. trenéra	9 700 Kč
Nájem	6 000 Kč
Pořízení vybavení na pohybovou průpravu	8 000 Kč
Ozvučení a aparatura	7 000 Kč
Propagace	14 600 Kč
Mobilní tarif	349 Kč
Celkem	**46 649 Kč**

Financování formou úvěru

V případě rozhodnutí financování podniku formou úvěru jsem porovnala společnosti, kterými jsou Fio banka, Komerční banka a Moneta Money Bank.

Podnikatelka požaduje úvěr ve výši 50 000 Kč na dobu 2 let s měsíčními konstantními platbami.

Tabulka 17: Porovnání bank
(Zdroj: Vlastní zpracování)

	FIO banka	**Komerční banka**	**Moneta Money Bank**
Výše úvěru	50 000 Kč	50 000 Kč	50 000 Kč
Roční úroková sazba	8,48 %	7,2 %	5,8 %
Doba splatnosti (v měsících)	24	24	24
Splátka	2 273 Kč	2 334 Kč	2 211 Kč
Přeplaceno na úrocích	4 535 Kč	3 849 Kč	3 071 Kč
Celkem zaplaceno	**54 535 Kč**	**53 849 Kč**	**53 071 Kč**

Z porovnání banky vyplývá, že nejnižší úrokovou sazbu poskytla banka Moneta Money bank ve výši 5,8 % a výše úvěru by se přeplatila o 3 071 Kč. Z tohoto důvodu bych si pro variantu financování formou úvěru vybrala společnost Moneta Money Bank. Pro tento úvěr jsem sestavila i splátkový kalendář.

Tabulka 18: Splátkový kalendář

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Číslo splátky	Počáteční stav	Platba	Úrok	Úmor	Konečný stav
1	50 000 Kč	2 211 Kč	240 Kč	1 971 Kč	48 029 Kč
2	48 029 Kč	2 211 Kč	231 Kč	1 980 Kč	46 049 Kč
3	46 049 Kč	2 211 Kč	221 Kč	1 990 Kč	44 060 Kč
4	44 060 Kč	2 211 Kč	211 Kč	1 999 Kč	42 061 Kč
5	42 061 Kč	2 211 Kč	202 Kč	2 009 Kč	40 052 Kč
6	40 052 Kč	2 211 Kč	192 Kč	2 018 Kč	38 034 Kč
7	38 034 Kč	2 211 Kč	183 Kč	2 028 Kč	36 006 Kč
8	36 006 Kč	2 211 Kč	173 Kč	2 038 Kč	33 968 Kč
9	33 968 Kč	2 211 Kč	163 Kč	2 048 Kč	31 920 Kč
10	31 920 Kč	2 211 Kč	153 Kč	2 057 Kč	29 863 Kč
11	29 863 Kč	2 211 Kč	143 Kč	2 067 Kč	27 796 Kč
12	27 796 Kč	2 211 Kč	133 Kč	2 077 Kč	25 719 Kč
13	25 719 Kč	2 211 Kč	123 Kč	2 087 Kč	23 631 Kč
14	23 631 Kč	2 211 Kč	113 Kč	2 097 Kč	21 534 Kč
15	21 534 Kč	2 211 Kč	103 Kč	2 107 Kč	19 427 Kč
16	19 427 Kč	2 211 Kč	93 Kč	2 117 Kč	17 310 Kč
17	17 310 Kč	2 211 Kč	83 Kč	2 128 Kč	15 182 Kč
18	15 182 Kč	2 211 Kč	73 Kč	2 138 Kč	13 044 Kč
19	13 044 Kč	2 211 Kč	63 Kč	2 148 Kč	10 896 Kč
20	10 896 Kč	2 211 Kč	52 Kč	2 158 Kč	8 738 Kč
21	8 738 Kč	2 211 Kč	42 Kč	2 169 Kč	6 569 Kč
22	6 569 Kč	2 211 Kč	32 Kč	2 179 Kč	4 390 Kč
23	4 390 Kč	2 211 Kč	21 Kč	2 190 Kč	2 201 Kč
24	2 201 Kč	2 201 Kč	11 Kč	2 190 Kč	0 Kč

Měsíční a roční náklad

Při stanovení ročních nákladů jsem počítala u všech položek kromě sociálního a zdravotního pojištění s 10 měsíci, z důvodů plánování kurzů na období školního roku, tedy v délce 10 měsíců. Během letních prázdnin nebude taneční klub poskytovat služby, znamená to tedy snížení nákladů o nájemné a výplatu lektorů. Sociální a zdravotní pojištění platím po celý kalendářní rok, takže zde snížení na 10 měsíců neproběhlo.

Pronájem sálu bude uzavřen pomocí nájemní smlouvy, která ustanovuje časy, kdy můžeme dané prostory využívat a cenu, která činí 6 000 Kč za měsíc. Lekce sportovní složky, kromě vedených seminářů latinskoamerické složky budou probíhat v tělocvičně. Zbylé lekce budou probíhat v zrcadlovém sále. Při enormním zájmu o taneční lekce se lze po domluvě domluvit na rozšíření časů pronájmu prostor.

V nákladové položce výplata lektorů jsou započítány pouze náklady spojené s externími trenéry, nejsou zde započítány lekce pod mým vedením.

V tabulce č. 17 jsou vyčíslené měsíční náklady, které jsou přepočteny na roční výdaje. Roční náklady činí celkem 209 804 Kč.

Tabulka 19: Souhrn měsíčních a ročních výdajů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Nákladová položka	Měsíční náklad	Roční náklad
Nájem	6 000 Kč	60 000 Kč
Sociální pojištění	2 841 Kč	34 092 Kč
Zdravotní pojištění	2 627 Kč	31 524 Kč
Lektoři	8 000 Kč	80 000 Kč
Mobilní tarif	349 Kč	4 188 Kč
Celkem	**19 817 Kč**	**209 804 Kč**

V tabulce č. 19 jsou stanovené ceny za lekci vyplácené lektorovi.

Tabulka 20: Ceny jednotlivých lekcí dle lektora
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druh lekce	Cena lekce
Seminář – 45 minut	400 Kč
Pohybová průprava – 45 minut	300 Kč
Competition practise – 90 minut	600 Kč
Taneční pro dospělé – 90 minut	600 Kč
Latino Ladies – 60 minut	300 Kč
Salsa – 60 minut	300 Kč

Měsíční a roční výnos

Odhadem jsem stanovila výši měsíční a roční výnosů ve třech variantách. První varianta je pesimistická, při účasti pouze poloviční kapacitu kurzu. Druhá varianta je realistická a poslední varianta je optimistická při plném naplnění kurzu.

Měsíční výnos u složky tanečního sportu a kurzu pro dospělé jsem vypočítala rozdělením pololetního kurzovného do pěti měsíců. Roční výnos jsem poté vynásobila dvěma, jelikož v obou pololetí roku budou otevřené tyto kurzy.

U zbývajících kurzů latino ladies a salsy je stanovena cena pro zákazníka na jednu hodinu, která je 150 Kč. Je zde i druhá varianta, která obsahuje zvýhodnění, a to při koupi permanentní karty, která obsahuje desátou lekci zdarma. Z tohoto důvodu jsem rozdělila zákazníky na zákazníky bez slevy a zákazníky se slevou, u kterých budu počítat toto zvýhodnění na jednu lekci zdarma za jedno pololetí. U výpočtu měsíčního výnosu jsem stanovenou cenu vynásobila počtem zákazníků dohromady. Při ročním výnosu jsem měsíční příjem vynásobila 10 měsíci, kdy budou kurzy probíhat a poté jsem odečetla dvě zvýhodněné lekce za rok zdarma počtem zákazníků se slevou.

Pesimistická varianta – 50 %

Tabulka 21: Pesimistická varianta příjmů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druh kurzu	**Počet zákazníků bez slevy**	**Počet zákazníků se slevou**	**Měsíční výnos**	**Roční výnos**
Taneční sport – děti, junioři	12	X	4 560 Kč	45 600 Kč
Taneční sport – mládež, dospělí	12	X	5 520 Kč	55 200 Kč
Kurz pro Dospělé	12	X	4 320 Kč	43 200 Kč
Latino Ladies	6	6	7 200 Kč	70 200 Kč
Salsa	6	6	7 200 Kč	70 200 Kč
Celkem	**48**	**12**	**28 800 Kč**	**284 400 Kč**

U pesimistické varianty jsem počítala s polovičním obsazení každé lekce. U kurzů, kde se dá koupit permanentní karta jsem rozdělila skupinu na polovinu.

Realistická varianta – 75 %

Tabulka 22: Realistická varianta příjmů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druh kurzu	**Počet zákazníků bez slevy**	**Počet zákazníků se slevou**	**Měsíční výnos**	**Roční výnos**
Taneční sport – děti, junioři	18	X	6 840 Kč	68 400 Kč
Taneční sport – mládež, dospělí	18	X	8 280 Kč	82 800 Kč
Kurz pro Dospělé	18	X	6 480 Kč	64 800 Kč
Latino Ladies	9	9	10 800 Kč	105 300 Kč
Salsa	9	9	10 800 Kč	105 300 Kč
Celkem	**72**	**18**	**43 200 Kč**	**426 600 Kč**

Pro výpočet realistické varianty jsem stanovila naplnění kurzu ze ¾, které je pro vedení kurzů nejvíce přijatelná.

Optimistická varianta – 100 %

Tabulka 23: Optimistická varianta příjmů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druh kurzu	Počet zákazníků bez slevy	Počet zákazníků se slevou	Měsíční výnos	Roční výnos
Taneční sport – děti, junioři	24	X	9 120 Kč	91 200 Kč
Taneční sport – mládež, dospělí	24	X	11 040 Kč	110 400 Kč
Kurz pro Dospělé	24	X	8 640 Kč	86 400 Kč
Latino Ladies	12	12	14 400 Kč	140 400 Kč
Salsa	12	12	14 400 Kč	140 400 Kč
Celkem	**96**	**24**	**57 600 Kč**	**568 800 Kč**

V této variantě jsem počítala s plným obsazením kurzů a zjistila jsem jaký maximální roční příjem můžu z tanečních kurzů získat.

Hrubý zisk ve variantách – pesimistická, realistická, optimistická

Tabulka 24: Hrubý zisk ve variantách
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Nákladová položka	**Pesimistická varianta**	**Realistická varianta**	**Optimistická varianta**
Nájem	60 000 Kč	60 000 Kč	60 000 Kč
Sociální pojištění	34 092 Kč	34 092 Kč	34 092 Kč
Zdravotní pojištění	31 524 Kč	31 524 Kč	31 524 Kč
Lektoři	80 000 Kč	80 000 Kč	80 000 Kč
Mobilní tarif	4 188 Kč	4 188 Kč	4 188 Kč
Celkem	209 804 Kč	209 804 Kč	209 804 Kč
Výnosy			
Průměrně za celý rok	284 400 Kč	426 600 Kč	568 800 Kč
Hrubý zisk	**74 596 Kč**	**216 796 Kč**	**358 996 Kč**

Z tabulky vyplývá, že i při pesimistické variantě bude podnikání ziskové. Vzniklé nákladové položky se budou hradit z příjmů tanečního klubu a nebudou se muset hradit z finančních prostředků majitelky.

Výpočet daňové povinnosti fyzické osoby

Při podnikání jako fyzická osoba je povinnost podrobit příjmy daňovou povinností. Pro výpočet jsem použila realistickou variantu příjmů.

Sestavila jsem dvě varianty daňové povinnosti fyzické osoby. Ve variantě A jsem počítala se skutečnými výdaji a ve variantě B s paušálními výdaji, které jsou pro naše podnikání 60 % z příjmů. Při odečtení výdajů od příjmů získáme základ daně, který se poté musí zaokrouhlit na stovky dolů. Ze zaokrouhleného základu daně vypočítáme daňovou povinnost pomocí sazby určené pro fyzické osoby 15 %. Od daně z příjmů osob můžeme dále odečíst odečitatelné položky. U podnikatelky je to pouze sleva na poplatníka, která je v roce 2022 30 840 Kč. Po odečtení vychází následná daňová povinnost, která je ve

varianta A 1 665 Kč a ve variantě B 0 Kč. Do záporných hodnot neboli daňového bonusu se podnikatelka nemůže dostat, jelikož nemůže uplatnit slevu na dítě.

Pro výpočet daňové povinnosti bych využila použití paušálních výdajů. Jednak z důvodu nulové daňové povinnosti, ale i z důvodů administrativních.

Při platbě sociálního a zdravotního platíme v prvním roce podnikání minimální zálohy. U sociálního pojištění je to pro rok 2022 měsíční částka 2 841 Kč a pro zdravotní pojištění je měsíční částka 2 627 kč.

Tabulka 25: Výpočet daňové povinnosti
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Položka	A	B
Příjmy § 7	426 600 Kč	426 600 Kč
Výdaje § 7	209 804 Kč	255 960 Kč
Základ daně § 23	216 796 Kč	170 640 Kč
Zaokrouhlený základ daně § 16	216 700 Kč	170 600 Kč
Daň z příjmů FO § 16a	32 505 Kč	25 590 Kč
Sleva na poplatníka §35ba	30 840 Kč	30 840 Kč
Výsledná daňová povinnost	**1 665 Kč**	**O kč**

Bod zvratu

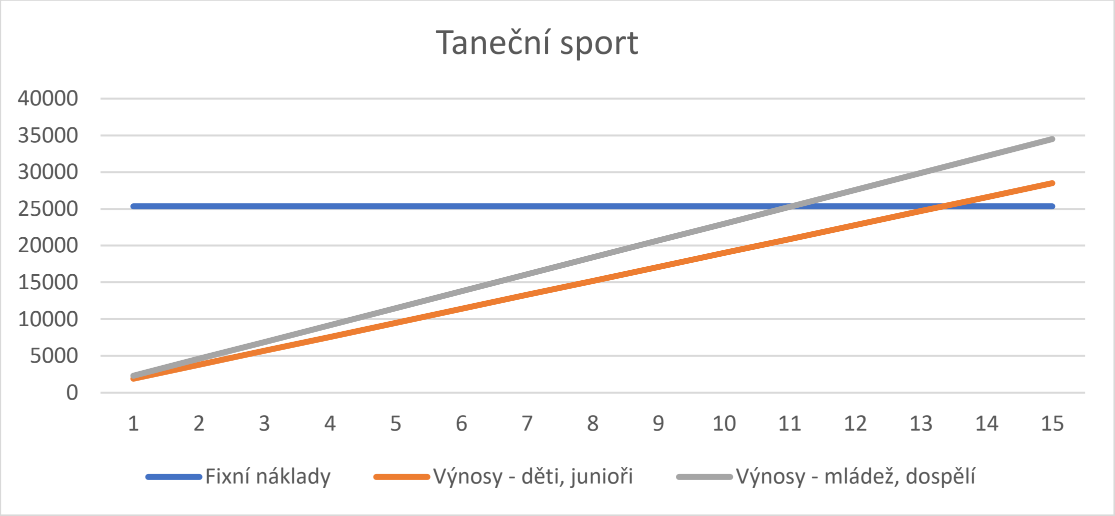
Pomocí bodu zvratu stanovím počet zákazníků, při kterém podnik nebude vykazovat zisk ani ztrátu. Pro výpočet použiji fixní náklady na lekci, které vydělím stanovenou cenu za lekci nebo pololetí. Variabilní náklady nejsou.

Taneční sport

U složky sportovní tanec jsem vypočítala bod zvratu pomocí fixní nákladů spojené s lekcemi související s danou věkovou složkou a pololetními ceny kurzovného.

$$Q_{bz} = \frac{25\ 350}{1\ 900} = 13{,}3\ zákazníků$$

$$Q_{bz} = \frac{25\ 350}{2\ 300} = 11\ zákazníků$$



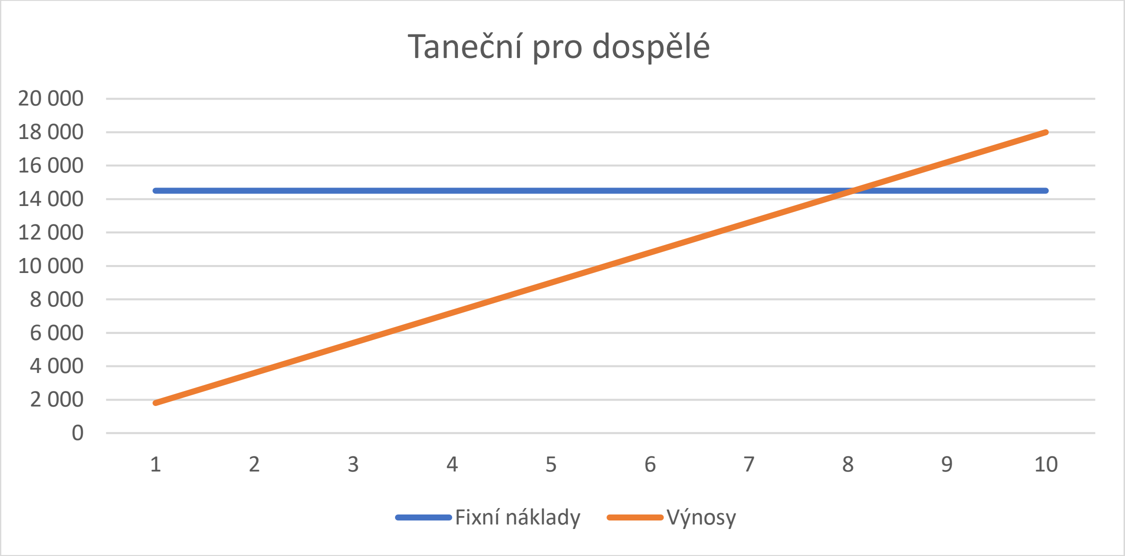
Graf 10: Bod zvratu taneční sport

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Taneční pro dospělé

Bod zvratu u kurzu pro taneční se nachází při účasti 8 zákazníků. Pokud se daného kurzu zúčastní více zákazníků podnik bude generovat zisk.

$$Q_{bz} = \frac{14\ 500}{1\ 800} = 8\ zákazníků$$



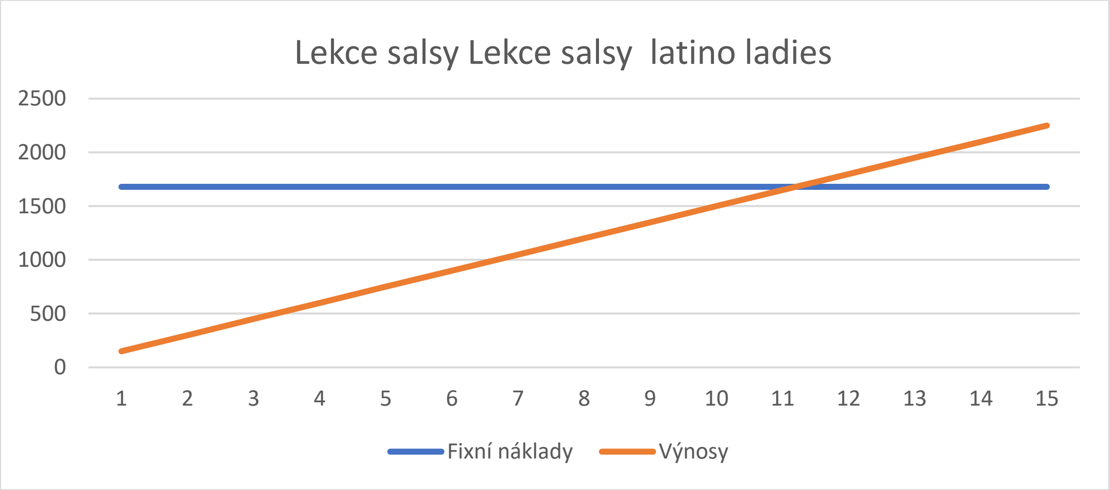
Graf 11: Bod zvratu taneční pro dospělé

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Salsa a latino ladies

U lekcí salsy a latino ladies stanovím bod zvratu na měsíc, jelikož jsou zde stanovené ceny lekce na jednorázový vstup. Z následného výpočtu vyplývá, že u obou konaných lekcí se musí zúčastnit 12 zákazníků za měsíc.

$$Q_{bz} = \frac{1\ 680}{150} = 11{,}2\ zákazníků$$



Graf 12: Bod zvratu lekce salsy a latino ladies

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Doba návratnosti

Pro výpočet doby návratnosti, která nám slouží k hodnocení investice jsem použila vzorec:

$$doba\ splácení\ (v\ letech) = \frac{náklady\ na\ investici}{roční\ cash\ flow}$$

Tabulka 26: Doba návratnosti

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Varianta	Hrubý zisk	Investiční náklady	Doba návratnosti
Pesimistická	74 569 Kč	46 049 Kč	0,61
Realistická	216 796 Kč	46 049 Kč	0,21
Optimistická	358 996 Kč	46 049 Kč	0,13

Pro výpočet jsem použila všechny tři varianty vypočítaného hrubého zisku. V pesimistické variantě se náklady na investici vrátí za půl roku.

ZÁVĚR

V mé bakalářské práci jsem se zabývala sestavením podnikatelského záměru pro založení nového tanečního klubu v Jihlavě, který se bude zabývat výukou standardních a latinskoamerických tanců. Taneční klub bude založený fyzickou osobou na základě živnosti ohlašovací vázané. Tohle téma jsem si vybrala z důvodu mně blízkého. Už od šesti let se profesionálně věnuji společenským tancům. Díky tomu jsem procestovala skoro celou Evropu a navštívila řadu tanečních klubů. Z tohoto důvodu můžu tyto zkušenosti a načerpané informace aplikovat do zpracování podnikatelského záměru. Poslední 3 roky se zabývám i výukou tanců pro děti a mládež v tanečním klubu Moravia Starlet Brno.

Práce je rozdělena do tří částí. V první části jsem se zaměřila na teoretické pojmy spojeny s podnikáním, jeho okolím a právními normami. Dále je popsaný podnikatelský záměr, jeho zásady účel a obsah. Také je vysvětlena finanční stránka podniku, tedy jakými zdroji je podnik financován jeho plánování příjmů, výnosů, nákladů a výdajů.

Analytická část je zaměřena na analýzu trhu. Provedla jsem marketingový průzkum pomocí dotazníkového šetření. Dále jsem se zabývala SLEPTE analýzou, která se zabývá vnějším okolím podniku. Pro zanalyzování konkurence jsem použila Porterovu analýzu konkurenčních sil. Nakonec jsem sestavila SWOT analýzu, kde jsem stanovila silné a slabé stránky podniku, ale také jeho příležitosti a hrozby. Všechny získané informace z provedení analýz mi pomohly k vytvoření představy o současné tržní situaci.

V poslední praktické části je sestaven samotný návrh na podnikatelský záměr tanečního klubu. Jsou zde popsány základní informace o podniku, jeho název, právní forma, lokalita, cíle. Také je zde sestavený marketingový mix 4P, kde jsem popsala všechny produkty, které tanečních klub bude nabízet, stanovila výši kurzovného a popsala plán propagace. Je zde popsáno personální zajištění a zhodnocení rizik. Sestavila jsem také harmonogram projektu pomocí Ganttova diagramu o délce 7 měsíců před zahájením otevření tanečního klubu. Zdrojem financování vstupních investic, které jsou ve výši 46 049 Kč bude vklad majitelky. Při změně financování na formu cizích zdrojů jsem sestavila variantu použití bankovního úvěru. Od společnosti by byla poskytnutá výše bankovního úvěru 50 000 Kč, která by se splácela 2 roky měsíčními splátkami v hodnotě 2 211 Kč. Ve finančním plánu jsou sestaveny příjmy a náklady spojené se vstupem

tanečního klubu na trh i celkového ročního působení na trhu. Zde jsou sestavy tři varianty hrubého zisku, a to v pesimistické, realistické a optimistické variantě. I v případě pesimistické varianty bude podnik vytvářet zisk ve výši 74 596 Kč. Dále jsem spočítala daňovou povinnost FO z realistické varianty při použití paušálních výdajů, která je ve výši 0 Kč. Poté jsem jednotlivě sestavila body zvratu pro taneční kurzy a vypočítala dobu návratnosti vstupní investice, která je u pesimistické varianty 6 měsíců.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

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

(2) ČESKO. § 420 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. In: Zákony pro lidi.cz [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 6. 12. 2021]. Dostupné z: https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#p420-1

(3) MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan, VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky.* 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-2034-5.

(4).VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. : portréty, grafy, tab. ISBN 978-80-247-4520-6.

(5) ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele.* Praha: Grada, 2019, 246 stran : grafy. ISBN 978-80-271-2182-3.

(6) Právní formy podnikání pro fyzické a právnické osoby. *iPodnikatel* [online]. [cit. 2022-01-26]. Dostupné z: https://www.ipodnikatel.cz/pravni-formy-podnikani-pro-fyzicke-a-pravnicke-osoby.

(7) ČESKÁ REPUBLIKA. Živnostenský zákon. *Zákony pro lidi* [online]. Praha: AION CS, 1991 [cit. 2021-01-26]. Dostupné z: https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455#cast1

(9) SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.

(10) KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 80-247-5869-5.

(11) FORET, Miroslav. *Marketing pro začátečníky*. Brno: Edika, 2012. ISBN 978-80-266-0006-0. (2012)

(12) ZAMAZALOVÁ, Marcela. *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada, 2009. Manažer. ISBN 978-80-247-2049-4.

(13) Strategická situační analýza. *Strateg* [online]. [cit. 2022-01-27]. Dostupné z: https://www.strateg.cz/Strategicka_analyza.html

(14) SWOT analýza. Management mania [online]. 2020 [cit. 2022-01-27]. Dostupné z: https://managementmania.com/cs/swot-analyza

(15) SMEJKAL, Vladimír a Karel RAIS. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 3., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, c2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3051-6.

(16) SRPOVÁ, Jitka. Začínáme podnikat: s případovými studiemi začínajících podnikatelů. Praha: Grada Publishing, 2020. Expert. ISBN 978-80-271-2253-0.

(17) REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Efektivní financování rozvoje podnikání*. Praha: Grada, 2012. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-1835-4.

(18) ČIŽINSKÁ, Romana. *Základy finančního řízení podniku*. Praha: Grada Publishing, 2018. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-0194-8.

(19) SYNEK, Miloslav a kol. Manažerská ekonomika. 5., aktualiz. A dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3494-1.

(20) VOCHOZKA, Marek a Petr MULAČ. Podniková ekonomika. Praha: Grada Publishing, 2012. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4372-1.

(21) Cvičení 2 - Členění nákladů. *Nauka o podniku* [online]. [cit. 2022-05-07]. Dostupné z: http://nop.topsid.com/index.php?war=cviceni_2&unit=cleneni_nakladu

(22) O ČSTS. *CSTS* [online]. 2012 [cit. 2022-05-01]. Dostupné z: https://www.csts.cz/cs/Informace/CoJeCsts

(23) Kluby. *CSTS* [online]. 2012 [cit. 2022-05-01]. Dostupné z: https://www.csts.cz/cs/Kluby

(24) Demografická část okresů 2011-2020: Český statistický úřad. [online]. [cit. 2022-05-01]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/142756342/1300562151.pdf/2d2ad7b5-a1aa-4704-a749-4efcebed67c6?version=1.1

(25) Metodika - příjmy. *Český statistický úřad* [online]. 2015 [cit. 2022-05-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xj/metodika_prijmy

(26) Příjmy, výdaje a životní podmínky domácností. *Český statistický úřad* [online]. 2022 [cit. 2022-05-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xj/prijmy-xj

(27) Hrubý domácí produkt (HDP) - Metodika. *Český statistický úřad* [online]. 2015 [cit. 2022-05-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/hruby_domaci_produkt_-hdp-
(28) HDP 2022, vývoj hdp v ČR. *Kurzycz* [online]. 2022 [cit. 2022-05-07]. Dostupné z: https://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/?G=3&A=2&page=1

(29) Průměrná roční míra inflace v ČR v roce 2021 byla 3,8 %. *Český statistický úřad* [online]. 2022 [cit. 2022-05-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xe/prumerna-rocni-mira-inflace-v-cr-v-roce-2021-byla-38-

(30) Zaměstnanost, nezaměstnanost. *Český statistický úřad* [online]. 2022 [cit. 2022-05-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xj/zamestnanost-xj

(31) Členové vlády. *Vláda* [online]. [cit. 2022-05-01]. Dostupné z: https://www.vlada.cz/cz/vlada/

(32) Bazén Evžena Rošického. *Mapy* [online]. Seznam.cz [cit. 2022-05-09]. Dostupné z: https://mapy.cz/zakladni?x=15.5713491&y=49.4021644&z=17&q=baz%C3%A9n%20jihlava&source=firm&id=428958&ds=2

(32) FOTR, Jiří a Jiří HNILICA. *Aplikovaná analýza rizika ve finančním managementu a investičním rozhodování*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 299 s. : portréty, grafy, tab. ISBN 978-80-247-5104-7.

(33) Zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů. In: ASPI [právní informační systém]. Praha: Wolters Kluwer ČR [vid. 2015-03-26].

SEZNAM ZKRATEK A SYMBOLŮ

Kč – koruna česká

DPH – daň z přidané hodnoty

OSVČ – osoba samostatně výdělečně činná

HDP – hrubý domácí produkt

ČSTS – český svaz tanečního sportu

VHR – vysoká hodnota rizika

SHR – střední hodnota rizika

NHR – nízká hodnota rizika

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Porterova analýza pěti konkurenčních sil 24
Obrázek 2: SWOT analýza. 25
Obrázek 3: Bod zvratu 30
Obrázek 4: Logo CSTS 32
Obrázek 5: Logo tanečního klubu 48
Obrázek 6: Lokalita provozovny 50

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Počet klubů v divizích ČR ... 33
Tabulka 2: Příjmy, výdaje a životní podmínky domácnosti ... 40
Tabulka 3: Průměrná míra inflace ... 41
Tabulka 4: Obecná míra nezaměstnanosti ... 41
Tabulka 6: Porovnání cen konkurence ... 44
Tabulka 7: Počet členů v klubu ... 44
Tabulka 9: SWOT analýza. ... 46
Tabulka 10: Rozvrh složky sportovní tanec ... 51
Tabulka 11: Rozvrh kurzy pro veřejnost. ... 51
Tabulka 12: Ceník pro sportovní tanec a kurzy pro dospělé ... 53
Tabulka 13: Ceník pro taneční kurzy ... 53
Tabulka 14: Druhy nákladů ... 55
Tabulka 15: Hodnocení rizik ... 57
Tabulka 16: Matice hodnocení rizik ... 57
Tabulka 28: Ganttův diagram ... 59
Tabulka 17: Vstupní náklady ... 60
Tabulka 18: Porovnání bank ... 61
Tabulka 19: Splátkový kalendář ... 62
Tabulka 20: Souhrn měsíčních a ročních výdajů ... 63
Tabulka 21: Ceny jednotlivých lekcí dle lektora ... 64
Tabulka 22: Pesimistická varianta příjmů ... 65
Tabulka 23: Realistická varianta příjmů ... 66
Tabulka 24: Optimistická varianta příjmů ... 67
Tabulka 25: Hrubý zisk ve variantách ... 68
Tabulka 26: Výpočet daňové povinnosti ... 69
Tabulka 27: Doba návratnosti ... 71

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Pohlaví respondentů ... 34
Graf 2: Věk respondentů ... 35
Graf 3: Sociální status respondentů ... 35
Graf 4: Znalost společenských tanců ... 36
Graf 5: Přihlášení do tanečního studia ... 37
Graf 6: Jaký kurz by respondenti navštívili ... 37
Graf 7: Zaujetí lekce lektorem ze Stardance ... 38
Graf 8: Obyvatelé okresu Jihlava ... 39
Graf 9: Vývoj HDP v letech 2013-2021 ... 40
Graf 10: Bod zvratu taneční sport ... 70
Graf 11: Bod zvratu taneční pro dospělé ... 70
Graf 12: Bod zvratu lekce salsy a latino ladies ... 71

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Dotazník

PŘÍLOHY

Dotazník

Dobrý den, mé jméno je Natálie Výduchová, jsem studentkou VUT v Brně a ráda bych Vás požádala o vyplnění krátkého anonymního dotazníku, který mi pomůže při tvorbě bakalářské práce. Děkuji za Váš čas.

1. Vyberte Vaše pohlaví. (vyberte jednu odpověď)

- muž
- žena

2. Kolik je Vám let? (vyberte jednu odpověď)

méně než 18

- 18-26
- 27-40
- 40 a více

3. Do jaké sociální skupiny spadáte? (vyberte jednu odpověď)

- student
- nezaměstnaný
- zaměstnaný
- podnikatel
- důchodce
- jiné

4. Znáte společenské tance? (vyberte jednu odpověď)

- ano
- ne

5. Přihlásili byste se do tanečního studia? (vyberte jednu odpověď)

- ano
- ne

6. V případě zájmu přihlášení se do tanečního studia, jaké služby byste využívali? (vyberte jednu nebo více odpovědí)

- sportovní tanec
- salsa

- latino ladies
- kurzy pro dospělé

7. Zaujala by Vás vedená výuka lektorem z televizního pořadu STARDANCE? (vyberte jednu odpověď)

- ano
- ne