



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV EKONOMIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF ECONOMY

ZALOŽENÍ VÍCEÚČELOVÉ HALY PRO SPORTOVNÍ KYNOLOGII

ESTABLISHING OF MULTIPURPOSE HALL FOR SPORTS KYNOLOGIE

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

MICHAL VALA

VEDOUcí PRÁCE

SUPERVISOR

ING. JAROSLAV ROMPOTL

BRNO 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Vala Michal

Ekonomika podniku (6208R020)

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

Založení víceúčelové haly pro sportovní kynologii

v anglickém jazyce:

Establishing of Multipurpose Hall for Sports Kynologie

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

- FOTR, J. a I. SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vydání Praha: Grada Publishing, 2007, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- KEŘKOVSKÝ, M. a O. VYKYPĚL. Strategické řízení. Teorie pro praxi. 2. vydání Praha: C. H. Beck, 2006, 206 s. ISBN 80-7179-453-8.
- KORÁB, V., J. PETERKA a M. REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. Brno: Computer Press, 2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- STRUCK, U. Přesvědčivý podnikatelský plán. 1. vydání Praha: Management Press, 1992, 120 s. ISBN 80-85603-12-8.
- VALACH, J. a kol. Finanční řízení a rozhodování podniku. 1. vydání Praha: Ekopres, 1997, 247 s. ISBN 80 901991-6-X.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jaroslav Rompotl

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2014/2015.

L.S.

doc. Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.
Ředitel ústavu

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

V Brně, dne 28.2.2015

ABSTRAKT

Hlavním tématem této bakalářské práce je zpracování návrhu podnikatelského záměru na založení a vybudování víceúčelové haly pro psí sporty. Práce se zabývá teoretickým obsahem podnikatelského plánu a pokračuje možnostmi, kterým se tento plán dá uskutečnit.

ABSTRACT

The main objective of this bachelor thesis is to make a business plan for establishing and building a multipurpose hall for dog sports. The thesis deals with the theoretical description of the business plan and continues with evaluation of options, which can make this plan implement.

KLÍČOVÁ SLOVA

Podnikatelský záměr, podnikatel, podnikání, náklady, trh, agility, psí sporty

KEYWORDS

Business plan, businessman, business, cost, market, agility, dogs sports

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

Vala, M. *Podnikatelský záměr – založení víceúčelové haly pro*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2015. 53 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Jaroslav Rompotl.

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

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

V Brně dne 27. května 2015

PODĚKOVÁNÍ

Chci poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce panu Ing. Jaroslavu Rompotlovi za pomoc a trpělivost při tvorbě moji bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD.....	11
1 VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE	13
1.1 Cíle práce	13
1.2 Metodika	13
2 TEORETICKÁ ČÁST	14
2.1 Podnikání.....	14
2.2 Podnikatel.....	15
2.3 Podnik	16
2.3.1 Firma	16
2.4 Právní formy podnikání.....	17
2.4.1 Podnikání fyzických osob.....	17
2.4.2 Podnikání obchodních společností (právnických osob).....	17
2.5 Podnikatelský plán	18
2.5.1 Cíle podnikatelského plánu.....	18
2.5.2 Obecná struktura podnikatelského plánu.....	19
2.5.3 Požadavky na podnikatelský plán.....	20
2.5.4 Podnikatelská rizika.....	21
2.6 Financování podnikatelského plánu	25
2.6.1 Vlastní zdroje financování	25
2.6.2 Cizí zdroje financování	25
2.7 Analýzy používané při tvorbě podnikatelského plánu	27
2.7.1 Externí analýza	28
2.7.2 Interní analýza.....	29

2.7.3	Segmentace trhu.....	29
2.7.4	Marketingový plán.....	29
2.7.5	Analýza bodu zvratu	30
2.8	Sport	31
2.8.1	Druhy psích sportů.....	31
3	ANALÝZA STAVU SOUČASNÉ SITUACE.....	33
3.1	Oblast působení zakládané společnosti.....	33
3.2	Charakteristika trhu	33
3.3	Analýza konkurence.....	34
3.4	Analýza zákazníků	34
3.5	SLEPT analýza.....	35
3.5.1	Social – sociální hledisko	35
3.5.2	Legal – právní a legislativní hledisko	36
3.5.3	Economic – ekonomické hledisko	36
3.5.4	Policy – politické hledisko.....	38
3.5.5	Technology – technické hledisko	39
3.6	SWOT analýza	39
3.6.1	Silné stránky	39
3.6.2	Slabé stránky.....	39
3.6.3	Příležitosti	40
3.6.4	Hrozby	40
4	NÁVRHOVÁ ČÁST	41
4.1	Popis podniku.....	41
4.2	Představení variant	42
4.2.1	Varianta 1 – nafukovací hala:	42

4.2.2	Varianta 2 – Oblouková hala	45
4.2.3	Varianta 3 – Koupě areálu	48
4.3	Marketingový plán	48
4.3.1	Produkt.....	48
4.3.2	Cena	49
4.3.3	Distribuce.....	50
4.3.4	Propagace.....	50
4.4	Finanční plán.....	51
4.4.1	Financování první varianty (nafukovací hala)	52
4.4.2	Financování druhé varianty (oblouková hala)	54
4.5	Analýza finančního plánu	55
4.6	Hodnocení investice	56
4.7	Volba nejvhodnější varianty	56
4.7.1	Předběžné vyčíslení tržeb	58
4.7.2	Bod zvratu.....	60
5	ZÁVĚR	62
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	64
	SEZNAM TABULEK	66
	SEZNAM OBRAZKŮ.....	67
	SEZNAM GRAFŮ	68
	SEZNAM PŘÍLOH.....	69

ÚVOD

V dnešní době je obrovitá možnost vést své podnikání a založit si tak svou vlastní firmu. Mnozí této myšlence zasvětili mnoho bezesných nocí, kdy přemýšlejí o svém vysněném produktu či službě, jenž by zajistily slušný příjem. Ovšem většina těchto myšlenek končí již v zárodku a nejsou dále rozvíjeny. Tyto případy jsou dány dobou, kdy podnikatelé nechtějí vykročit ze své komfortní zóny a učinit změnu. Předpokladem pro kvalitní podnikatelský záměr je, mít dopředu stanovené cíle. Těchto cílů se začínající, ale i zkušený podnikatel musí držet, jelikož jakákoliv rozepře s cílem, může doslova pohrbit celý podnikatelský záměr.

Úspěšný podnik musí mít kvalitně vypracovaný podnikatelský záměr. Tento záměr neslouží jen na začátku podnikání, ale po celou dobu jeho fungování jako nástroj řízení podnik. Navíc může nalákat investory, kteří podpoří samotný podnikatelský záměr potřebným kapitálem. Podnikatelský plán má však i další neopomíjené funkce, jako stanovení rizik, analýza samotného oboru podnikání a stanovení plánování. Při tvorbě podnikatelského záměru je třeba sestavit i finanční plán, který bude sloužit jako ukazatel, jestli je realizace proveditelná či nikoli.

Bakalářská práce je zaměřená na zbudování nové víceúčelové haly pro sportovní kynologii. Tato hala se bude nacházet ve Valašském Meziříčí. Sportování je v dnešní době více a více populární a stále se vyvíjí a rozvíjí do různých forem a druhů. Sportovní kynologie je v této podmnožině. Sportování se psem je stále populární a v nadcházejících letech se dá očekávat, že tento trend bude nadále stoupat. Proto jsem se rozhodl zaměřit tuto bakalářskou práci na odvětví, které má obrovitý potenciál. Jelikož v tomto oboru máme reprezentanty, kteří se pravidelně umísťují na předních příčkách ve všech kategoriích, dá se jen očekávat, že trend sportování se psy bude velmi populární i v příštích letech. Navíc v tomto oboru není velká konkurence, co se sportovních hřišť a zejména hal týče.

Bakalářská práce je rozdělena na tři části. V první části jsou zpracovány teoretická východiska potřebná k dalším částem bakalářské práce. To je základní vysvětlení

definice podnikání a právních norem. Součástí teoretické části je i definice podnikatelského plánu a jeho financování.

Druhá část je zaměřena na současnou situaci na trhu, kde podnik hodlá vstoupit. V této části bude vysvětlena, jaká je charakteristika trhu. Dále rámci této části budou zpracovány analýzy zákazníků a analýzy jak vnějšího tak i vnitřního okolí podniku.

Na základě údajů z druhé části bude zpracována třetí část, která bude zaměřena na návrh založení společnosti. Předmětem bude sestavení předpokládaných výdajů na zřízení podnikatelského plánu. V rámci této části se bude počítat s třemi variantami proveditelnosti. Tyto poté budou analyzovány a dále bude vybrána jedna varianta, která bude zvolena jako nejvýhodnější. Součástí této části bude i analýza rizik každé varianty.

1 VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE

1.1 Cíle práce

Na základě teoretických poznatků a analýz budu chtít navrhnout řešení na zřízení víceúčelového haly pro psí sporty. V návrhu bude více variant, přičemž mezi nimi budu vybírat ekonomicky výhodnější variantu. Výstupem bude tedy reálný podnikatelský záměr, jenž by se mohl uskutečnit.

Práce bude rozdělena do tří částí. První bude teoretická, kde budou vysvětlena základní problematika založení podniku a tvorba nových podnikatelských záměrů. Bude popsán podnikatelský záměr, jak má vypadat, jaké nese rizika a jak je možné jej financovat. Také se budu věnovat i analýzám, které se využívají během realizování podnikatelského plánu.

Druhá část bude zaměřena na analytickou část. Zanalyzuje se současný stav, jestli je vhodné v dnešní době vstupovat s takovým podnikatelským záměrem na trh. Analýzy popsané v teoretické části budou tedy využity.

Třetí část bude návrh řešení na samotný projekt. Budou zde vypsány určité varianty, jak podnikatelský záměr uskutečnit. Tyto varianty budou dvě. Budou popsány, propočítány, určeny jejich rizika a veškeré ekonomické dopady. Na závěr bude vybrána nejlepší varianta a její zdůvodnění.

1.2 Metodika

V práci budou použity metody obecné a specifické

2 TEORETICKÁ ČÁST

V této části, jsou uvedeny nezbytné teoretické informace, které jsou základním kritériem při tvorbě podnikatelského záměru. Jedná se zejména o vytvoření podnikatelského plánu, analyzování konkurence, vybrání správné strategie podniku, vytvoření marketingového plánu.

2.1 Podnikání

Podnikání je pak podle § 2 obchodního zákoníku¹

„soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení maximalizace zisku“ [4, str. 7].

Podobnou definici živnostenského podnikání upravuje zákon č. 455/1991 Sb. (živnostenský zákon), který definuje „živnost jako soustavnou činnost provozovanou samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem“. Existuje ale mnoho výjimek, které není možné nazvat živností. Tyto výjimky jsou uvedené v § 3, jde např. o využívání výsledků duševní tvůrčí činnosti jejich původci nebo autory, provádění archeologických průzkumů, činnost lékařů, lékárníků, advokátů, veterinářů, auditorů, daňových poradců [5, str. 7].

Další možná definice podnikatele je také - podnikatel, který podniká buď sám jako fyzická osoba, tak i podnikatel jako společník v některé z právnických osob, který nemá k dispozici kvalifikovaný management, ale sám nebo s několika společníky řídí svou společnost. Vystupuje tedy současně jako majitel (spolumajitel) a současně sám odpovídá za řízení podnikatelského subjektu [1].

Ať už si ale zvolíme jakoukoliv definici podnikání, rysy podnikání budou shodné:

- cílevědomá činnost,
- iniciativní, kreativní přístupy,
- organizování a řízení transformačních procesů,

- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,
- převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu,
- opakování, cyklický proces [6].

2.2 Podnikatel

Definici podnikatele pak najdeme opět v obchodním zákoníku v § 2 odst. 2.

Podnikatelem podle tohoto zákona je:

- a) osoba zapsaná do obchodního rejstříku,
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu [4, str. 7].

Aby mohl podnikatel svoji živnost provozovat, musí splňovat tzv. všeobecné a popřípadě i zvláštní podmínky pro podnikání. Podmínky všeobecné musí splňovat každý, kdo chce podnikat či již podniká. Dle živnostenského zákona, § 6 a následujícího jsou všeobecnými podmínkami provozování živnosti:

- dosažení věku 18 let,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost (za bezúhonného se považuje i ten, kdo spáchal trestný čin z nedbalosti).

Naproti tomu zvláštními podmínkami podnikání jsou dle stejného zákona odborná nebo jiná způsobilost. Tyto podmínky musí podnikatel splňovat v rozsahu zákona, pokud provozuje živnost vázanou či řemeslnou. Podmínky všeobecné a zvláštní nejsou ale jedinou podmínkou, kterou musí živnostník splnit – dle § 8 živnostenského zákona nesmí podnikateli bránit v podnikání tzv. „překážky v provozování živnosti“, kterými jsou pro právnické i fyzické osoby:

- prohlášení konkursu na její majetek, jestliže soud rozhodl, že provozování

podniku musí být ukončeno;

- zákaz činnosti 3 roky při: 10

o zrušení konkursu soudem z důvodu splnění rozvrhového usnesení (nebo z toho důvodu, že majetek podniku nestačí na pokrytí nákladů konkursu);

o zrušení návrhu na konkurs pro nedostatek majetku;

- soudní zákaz vykonávat činnost v oboru nebo oboru příbuzném;
- soudní omezení osoby v rámci insolvenčního řízení;
- v průběhu konkursního řízení – tehdy smí měnit, založit i ukončit

podnikatelskou činnost pouze s písemným souhlasem správce konkursní podstaty [5].

2.3 Podnik

Co to podnik vlastně je. Jde o funkčně a právně samostatný podnikatelský subjekt, sestávající se z hmotných, osobních i nehmotných složek; činnost podniku spočívá v uspokojování potřeb jiných subjektů, jeho cílem je dosahování zisku [2].

Dále definici podniku uvádí zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění, § 5, a to takto: „Podnikem se pro účely tohoto zákona rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit“ [4, str. 8].

2.3.1 Firma

Firma je obchodní název označující podnikatelský právní subjekt; pod tímto se názvem vykonává právní subjekt svou činnost, uskutečňuje právní úkony při podnikání a uzavírá obchody [10].

2.3.1.1 Co je malý a střední podnik

Malý podnik - kapitál poskytl a podnik vlastní jednotlivec nebo malá skupina;

Management firmy je nezávislý. Manažeři jsou obvykle i vlastníci firmy; Oblast provozování je zpravidla místní. Majitelé a pracovníci žijí v jedné komunitě. Trh je však

lokální. Rozsah malého podniku nemá omezenou dolní hranici počtu osob a nepřekračuje 200 osob.

Střední podnik - je nezávislý v tom smyslu, že není částí většího podniku;

Trh, na kterém podnik operuje, je primárně regionální až celostátní a podnik na něm nemá dominantní postavení. Zaměstnává 200 až 500 osob [10].

2.4 Právní formy podnikání

Obecně lze podnikání v ČR rozdělit na podnikání fyzických osob a na podnikání obchodních společností (právnických osob) [7].

2.4.1 Podnikání fyzických osob

Fyzické osoby jsou oprávněny podnikat na základě živnostenského listu, či koncesní listiny, podle toho, zda se jedná o živnost ohlašovací, či koncesovanou. Výjimku tvoří profese, které nelze vykonávat na základě živnostenského listu ani koncesní listiny, a které jsou taxativně vyjmenovány v zákoně. Oprávnění podnikat vzniká zapsáním fyzické osoby do živnostenského rejstříku. Seznam živností je součástí zákona č. 455/1991 Sb. (živnostenský zákon) [7].

2.4.2 Podnikání obchodních společností (právnických osob)

Obchodní společnosti jsou právnické osoby podnikající na základě živnostenského listu. Bývají zakládány za účelem společného podnikání více osob nebo pro podnikání většího rozsahu. Obchodní společnost vzniká na základě společenské smlouvy, sepsané zakládajícími fyzickými, či právníkými osobami. Oprávnění podnikat vzniká obchodní společnosti zápisem do obchodního rejstříku

Obchodní společnosti můžeme rozdělit na společnosti osobní a kapitálové [7].

2.4.2.1 Osobní společnosti

Veřejná obchodní společnost (v.o.s.) – Veřejná obchodní společnost je společnost alespoň dvou osob, které se účastní na jejím podnikání nebo správě jejího majetku a ručí za její dluhy společně a nerozdílně [8, str 18].

Komanditní společnost (k.s.) – minimálně dva zakladatelé, dvě formy členství – komanditisté (kapitálový vklad minimálně 5 000 Kč, ručí do výše svých nesplacených závazků) a komplementáři (ručí veškerým svým majetkem, obvykle vedoucí postavení) [7].

2.4.2.2 Kapitálové společnostiš

Společnost s ručením omezeným – dle obchodního zákoníku č 90/2012 Sb. je společnost s ručením omezeným definována podle zákona §132 takto: „Společnost s ručením omezeným je společnost, za jejíž dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplatili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku v době, kdy byli věřitelem vyzváni k plnění“ [8, str. 22].

2.5 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán (business plán) je dokument, který popisuje základní smysl existence firmy, dlouhodobý cíl a cestu k jeho dosažení. Jeho úkolem je objasnit podnikatelské záměry, konkurenci a potřebnost finančních prostředků. Umožňuje také porovnat plány s realitou, a pokud se liší, identifikovat jak a proč. Vypracování podnikatelského plánu je důležité, protože slouží začínajícímu podnikateli k orientaci v podmínkách pro zahájení podnikatelské činnosti a pro prezentaci podnikatelského záměru při jednání s bankami a dalšími institucemi v souvislosti s případnou žádostí o úvěr nebo veřejnou podporu [3].

2.5.1 Cíle podnikatelského plánu

Výsledky technicko-ekonomických studií projektů, investiční program firmy a její finanční plán poskytují základní informační vstupy pro zpracování souhrnného podnikatelského plánu firmy. Ten má zpravidla dvojí využití. Jednak je to určitý vnitřní dokument, který slouží jako základ vlastního řízení firmy, značný význam však má i externí uplatnění podnikatelského plánu v případě, že firma hodlá financovat investiční program zčásti nebo zcela pomocí cizího kapitálu. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může pak významně podpořit získání potřebného kapitálu [9].

2.5.2 Obecná struktura podnikatelského plánu

Dobře zpracovaný podrobný podnikatelský plán má tyto části:

exekutivní sumář – stručný popis podnikatelského záměru, cílové skupiny zákazníků na trhu, strategie a její implementace, zhodnocení manažerských a jiných dovedností, existující a potřebné finanční prostředky;

popis byznysu – charakteristika odvětví podnikání v makroekonomickém prostředí, charakteristika oboru a jeho specifik, důvody pro podnikání;

marketing – výzkum trhu a analýza dat (potenciální zákazníci, velikost celkového trhu pro daný produkt či službu, velikost tržního podílu), analýza konkurence (kdo jsou vaši konkurenti, jejich silné a slabé stránky, charakteristika současných a budoucích dodavatelů a jejich zdrojů), marketingový plán (SWOT analýza, formulace výchozí strategie);

místo podnikání – zmapování místa podnikání, vzdálenost dodavatelů, situace na trhu práce z hlediska potřeby pracovníků;

finanční plán – tržby (a jejich vývoj ve dvou letech), počáteční provozní prostředky, výdaje, cash flow, předběžný výkaz výnosů a nákladů, propočet základních poměrových ukazatelů, výpočet bodu zvratu (stanovení výše tržeb, od které dochází k vytváření zisku), plán financování;

management – klíčoví pracovníci, předpokládaná potřeba zaměstnanců, hrubý propočet mzdových prostředků, organizační struktura a postavení jednotlivých lidí v ní;

kritická místa – potenciální riziko nepříznivého vývoje na trhu dodavatelů, vliv konkurence, náklady vstupu na trhy EU, základní způsoby práce s jednotlivými druhy podnikatelských rizik;

hlavní projekty podporující podnikatelský záměr – žádosti o dotace, stav a plán vývoje nových produktů, plán změny;

vlivy sociální odpovědnosti na firmu – životní prostředí (kontrola znečišťování, obaly, recyklace, likvidace odpadů), energie (opatření k úspoře energií, alternativní zdroje energie), produkt (bezpečnost produktu a požadované normy), péče o pracovníky (základní sociální benefity pro zaměstnance), zapojení firmy do sociálních projektů

lokální komunity (sponzoring lokálních sportovních týmů, dary vzdělávacím a kulturním institucím, účast na projektech ochrany ŽP);

základní časové etapy – časový plán s nejdůležitějšími etapami jednotlivých aktivit [3].

2.5.3 Požadavky na podnikatelský plán

Být stručný a přehledný – jeho délka by neměla přesahovat padesát strojových stránek;

Být jednoduchý – nezacházet do technický a technologických detailů (tj. má být srozumitelný pro bankéře a investory, což jsou zpravidla osoby bez hlubších technických základů);

Demonstrovat výhody produktu či služby pro uživatele, resp. Zákazníka (investoři oceňují tržně orientovanou podnikatelskou činnost);

Orientovat se na budoucnost – tj. ne na to, čeho již firma dosáhla, ale na vystižení trendů, na zpracování prognóz a na jejich využití k charakteristice toho, co má být dosaženo;

Být co nevěrohodnější a realistický – např. otevřené ohodnocení konkurence zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu;

Nebýt příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu – neboť to snižuje důvěryhodnost v očích poskytovatele kapitálu;

Nezakrývat slabá místa a rizika projektu – jestliže investor odhalí určité negativní faktory neuvedené v podnikatelském plánu, může to v jeho očích značně oslabit důvěryhodnost projektu;

Upozornit na konkurenční výhodu projektu, na silné stránky firmy a na kompetenci manažerského týmu;

Být zpracován kvalitně i po formální stránce.

Závěrem je třeba uvést, že vysoká kvalita podnikatelského plánu nezaručuje úspěch projektu, neboť jde stále o rizikový projekt. Kvalita projektu se však projeví příznivě tím, že:

- **zvyšuje naději na úspěch** jednotlivých projektů a tím zlepšuje hospodářské výsledky firmy z dlouhodobého hlediska,
- **snižuje podstatně nebezpečí takového neúspěch** projektu, který by vážně ohrozil finanční stabilitu firmy a případně i samou její existenci.

Současně je však třeba upozornit na to, že zpracovaný podnikatelský plán nebude vzhledem k proměnlivosti podnikatelského okolí platit beze změny delší dobu. Je proto třeba jej chápat jako stále živý a vyvíjející se dokument, který je nutno neustále **adaptovat a upravovat** vzhledem k měnícím se podmínkám [23].

2.5.4 Podnikatelská rizika

Podnikatelská rizika je souhrnný pojem pro všechna rizika, která zásadním způsobem ovlivňují podnikání, respektive mají vliv na rozhodování podnikatele nebo vrcholového managementu organizace. Podnikání přináší řadu rizik, v první řadě se jedná o samotném rozhodnutí o podnikání (jak podnikat, v čem podnikat, kde podnikat), rozhodnutí o vzniku podniku (založení obchodní společnosti) a v průběhu podnikání celou řadu rozhodnutí o vývoji a zavedení nových výrobků nebo služeb na trh.

Podnikání je vysoce rizikové. Rozhodnutí o podnikání a financování vývoje a zavádění nových výrobků jsou největší podnikatelská rizika - při neúspěchu jsou vynaložené náklady ztracené (tzv. utopené náklady), při úspěchu na druhou stranu může mít podnik (podnikatel) velký zisk - což vyvažuje podstoupené riziko. Podnikatelské riziko je o to větší, pokud je na rozvoj nového produktu použit cizí kapitál (podnikatel podstupuje riziko zadlužení, které musí splácet [11].

2.5.4.1 Náplň řízení rizika

Základním cílem řízení rizika projektů je zvýšit pravděpodobnost jejich úspěchu a minimalizovat nebezpečí takového jejich neúspěchu, který by mohl ohrozit finanční stabilitu firmy a vést až k jejímu případnému úpadku [11].

Práce s rizikem a nejistotou by se měla prolínat celou přípravou projektu od jeho začátku až do závěrečného rozhodnutí o přijetí projektu a jeho realizaci či o jeho zamítnutí z důvodu, že jeho ekonomická výhodnost nás neuspokojuje, resp. jeho riziko je příliš velké [9].

2.5.4.2 Cílem řízení rizika

Cílem řízení rizika projektu je zjistit:

- Které faktory (nákladové faktory, poptávka, prodejní ceny, devizové kurzy, úrokové sazby aj.) jsou významné a nejvíce ovlivňují riziko daného projektu, popřípadě které jsou málo důležité a lze je zanedbat;
- Jak velké riziko projektu a zda je ještě přijatelné;
- Jakými opatřeními je možné snížit riziko na přijatelnou, ekonomicky účelnou míru [11].

2.5.4.3 Určení faktorů rizika

Náplní této fáze je stanovení faktorů rizika jakožto veličin, jejichž možný budoucí vývoj by mohl ovlivnit – a to nejen negativně, ale případně též pozitivně – hospodářské výsledky, kritéria ekonomické efektivnosti projektu (zisk, rentabilita kapitálu, čistou současnou hodnotu aj.) a jeho finanční stabilitu.

Základem pro určení rizikových faktorů jsou zpravidla znalosti, zkušenosti a intuice pracovníků, kteří se podílejí na přípravě projektu, přičemž důležité mohou být především zkušenosti z přípravy a realizace projektů příbuzného charakteru v minulosti.

Vlastním určením faktorů rizika může usnadnit:

- Rozčlenění projektu do určitých částí, např. do dílčích, vzájemně navazujících činností;
- - stanovení oblastí zranitelnosti projektu a potenciálních problémů, které by mohly nastat při realizaci a provozování;
- Určitá forma zpochybňování významných faktorů, ovlivňujících výsledky projektu, které jsme zatím považovali na základě minulých zkušeností za jisté.

Stanovení faktorů rizika vyžaduje tvůrčí přístup a nelze jej založit jen na našich minulých zkušenostech, neboť budoucnost se může značně odlišovat od minulosti [11].

2.5.4.4 Stanovení významnosti faktorů rizika

Důležitost faktorů lze sestavit dvěma způsoby, expertně nebo pomocí analýzy citlivosti [9].

Expertní hodnocení

Expertní hodnocení faktorů rizika je víceméně odborným odhadem jejich významnosti vzhledem k plánovaným cílům firmy. Významnost faktorů rizika posoudíme podle dvou hledisek – pravděpodobnosti jejich výskytu a intenzity negativního vlivu. Rizikový faktor je tím významnější, čím pravděpodobnější je jeho výskyt a čím vyšší je intenzita negativního vlivu. Nezanedbatelný vliv na kvalitu takové analýzy má však míra předvídatelnosti posuzovaných faktorů, která je na relevantním trhu relativně malá, a zkušenost osoby, která odhad provádí [9].

Tabulka 1: Grafické zobrazení významnosti faktorů rizika (zdroj [9])

Intenzita negativního vlivu	5	*B			*D	*F
	4		*L			*E
	3					
	2		*A			
	1					*G
		1	2	3	4	5
	Pravděpodobnost výskytu					

Grafické zobrazení významnosti faktorů rizika z hlediska těchto dvou aspektů uvádí tabulka č. 1. Jak pravděpodobnosti výskytu faktorů rizika, tak intenzity jejich negativních dopadů mohou nabývat pěti stupňů, označených číslicemi 1 až 5. Mají tento význam:

- 1 – nepatrná pravděpodobnost výskytu
- 2 – malá pravděpodobnost výskytu
- 3 – střední pravděpodobnost výskytu

4 – značná pravděpodobnost výskytu

5 – velmi vysoká pravděpodobnost výskytu

Z tabulky je třeba považovat významné faktory, jenž jejich pravděpodobnost výskytu a intenzita negativního vlivu dosahují alespoň stupně 3(body D, E a F). A také faktory, jejichž pravděpodobnost výskytu je sice malá či nepatrná, avšak intenzita negativních dopadů je vysoká(bod B a L) [9].

Analýza citlivosti

Analýza citlivosti obvykle zjišťuje citlivost hospodářského výsledku (nebo jeho složek) na faktory, jež jej ovlivňují. V prvé řadě se jedná o faktory, které byly vyhodnoceny v rámci expertního odhadu jako významné a jejichž dopady se analýzou citlivosti pokusíme zpřesnit tak, abychom mohli v rámci přípravy na jejich výskyt použít exaktnějších optimalizačních metod. Nejčastěji sledovanými faktory ovlivňujícími hospodářský výsledek jsou výše poptávky, realizovatelná tržní cena našich produktů s ohledem na konkurenci a změny fixních nebo variabilních nákladů. Výsledky takové analýzy jsou individuální a ve vazbě na subjektivitu jejich zpracovatele mohou nabývat dosti odlišných hodnot [23].

2.5.4.5 Stanovení rizika projektu

Stanovení rizika projektu tvoří významnou součást jeho analýzy rizika. Riziko projektu je možné určit:

- V číselné podobě, a to pomocí statistických charakteristik (rozptyl, směrodatná odchylka, variační koeficient), které slouží ve finančním managementu jako míry rizika. Východiskem pro stanovení těchto charakteristik je určení rozdělení pravděpodobnosti zisku, resp. Jiného ekonomického kritéria (např. rentability kapitálu, čisté současné hodnoty, vnitřního výnosového procenta aj.) pro hodnocení projektu;
- Nepřímo pomocí určitých charakteristik, které ve svém souhrnu poskytují informaci o větší či menší míře rizika projektu [9].

2.5.4.6 Opatření na snížení rizika

Postupy snižování podnikatelského rizika lze rozdělit do dvou skupin, a to na postupy zaměřené na:

- Odstranění, resp. Oslabení příčin vzniku rizika: cílem je ovlivnit vlastní příčiny tak, aby nešlo v budoucnosti k situacím, které jsou pro projekt nepříznivé (např. pokles prodejů, prodejní ceny, vzrůst nákupních cen materiálů aj.). Jde tedy o určitou prevenci rizika;
- Snížení nepříznivých důsledků rizika: tato opatření se soustřeďují na snižování nepříznivých dopadů výskytu určitých rizikových situací (např. platební neschopnost, nevůle odběratele, výpadek dodávek určité suroviny). Jde tedy o určitá nápravná opatření [9].

2.6 Financování podnikatelského plánu

Finanční plán transformuje předchozí části podnikatelského plánu do číselné podoby. Prokazuje reálnost podnikatelského záměru z ekonomického hlediska. Výstupy finančního plánu tvoří zejména plán nákladů, plán výnosů, plán peněžních toků, plánovaný výkaz zisku a ztráty, plánovaná rozvaha, finanční analýza, výpočet bodu zvratu, hodnocení efektivnosti investic, plán financování aj.

Z těchto důvodů je velmi důležitou částí podnikatelského plánu popsání jeho financování. Základní rozdělení zdrojů financování je na vlastní a cizí [9].

2.6.1 Vlastní zdroje financování

Při zakládání podniku patří mezi takové zdroje vklady podnikatele, dotace, dary i vklady investorů. Pro firmy jsou tyto vlastní zdroje financování bezpečným zdrojem. Po delším fungování podniku by se tyto zdroje měly rozrůst hlavně o zisk, odpisy či prodej nepoužívaného majetku [13].

2.6.2 Cizí zdroje financování

Cizí zdroje financování slouží každé firmě či podnikateli k rozsáhlejšímu a dynamičtějšímu rozvoji, čímž přispívají k tvorbě zisku, který je pak požíván jako vnitřní zdroj financování a pomáhá tak rychleji měnit poměr ve prospěch zdrojů vlastních.

Na druhou stranu větší využívání vnějších zdrojů vede jednak k růstu nákladů na ně (firmy s vysokým podílem externích zdrojů financování jsou více rizikové) a často také k růstu závislosti na jiných, ať už fyzických či právnických osobách a tím i k omezení možností vlastního rozhodování o společnosti.

Mezi nejvíce využívané formy externích zdrojů používaných k financování založení podniku patří bankovní úvěry a obchodní úvěry [21].

2.6.2.1 Bankovní úvěr

Tento nejběžnější typ úvěru od komerční banky je i nejlépe dosažitelný. Aby bankovní úvěr banka poskytla, je třeba mít hmotnou garanci nebo jiné hmotné aktivum jako záruku neschopnosti splácet. Pro tyto případy je třeba mít podrobně zpracovaný podnikatelský plán. Banka po prostudování podnikatelského plánu zváží svá rizika a vyhodnotí, zdali poskytne bankovní úvěr, popřípadě za jakých podmínek [13].

Uvedu několik druhů bankovních úvěrů, které může banka poskytnout:

- Ručitelský: Banka přejímá veškerou záruku za závazek svého komitenta. Takovéto úvěry banka poskytuje jen svým nejlepším klientům.
- Lombardní: Je zajištěn zástavou movité věci nebo práva. Má danou fixní částku a pevnou dobu splatnosti.
- Hypotekární: Spočívá v zástavě nemovitosti. Byl používán majiteli pozemků nebo vlastníky nemovitostí. Nyní tyto tento typ úvěrů poskytuje banka i zákazníkům, jejichž nemovitosti budou teprve vznikat. Například hotely, sportovní centra, průmyslové objekty aj. [13].

2.6.2.2 Obchodní úvěr

Obchodní úvěry spočívají v tom, že je poskytují dodavatelé či odběratelé. Dodavatelský úvěr je zaležen na tom, že se posune datum splatnosti za provedenou dodávku zboží nebo služeb. U odběratelského úvěru naopak zákazník zaplatí velkou část předem (jedná se v podstatě o zálohu) [18].

2.6.2.3 Typy splácení úvěru

Existují různé možnosti jak splácet hypoteční úvěr. Nejběžnějším typem splácení úvěru je anuitní. Jedná se o splácení anuitní splátkou. Tento typ je založen na tom, že klient splácí po celou dobu úvěru stejnou splátku úvěru. Po celou dobu úvěru je dohodnutá délka fixace úrokové sazby [13].

Obecný vzorec pro výpočet anuity:

$$a = D * \frac{\frac{i}{m}}{1 - \frac{1}{(1 + \frac{i}{m})^{n*m}}}$$

a = anuita

D = výše úvěru

I = úroková sazba

m = počet splátek za rok

n = počet let splácení [22].

2.7 Analýzy používané při tvorbě podnikatelského plánu

Cílem tvorby analýz je identifikace současného stavu podniku a následné určení budoucí strategie. Obecně je v bráno v potaz, že společnosti, jenž existují na trhu déle, mají větší šanci na úspěch, než nově založené podniky, které podnikají bez zkušeností. Pro začínající podnikatele je důležité, aby se svým novým produktem si nejen uvědomovali, kam chce dojít, ale i čeho chce dosáhnout. K takovému cíli je třeba znát okolí, které může ovlivnit podstatu produktu nebo i samotného podniku. Proto je důležité si uvědomit silné a slabé stránky podniku.

Vhodným nástrojem je strategická situační analýza, která identifikuje a hodnotí faktory vnějšího i vnitřního prostředí podniku. Je třeba nalézt vzájemné vazby a působení různých faktorů. Strategickou analýzu můžeme členit na externí a interní [23].

2.7.1 Externí analýza

Externí analýza slouží k analýze okolí firmy. Pomáhá identifikovat hrozby a příležitosti firmy. Analýza se dále člení na makrookolí a mikrookolí [23].

2.7.1.1 Analýza makrookolí

Na podnik působí prostředí celé ekonomiky, a to národní, evropské i světové. Úkolem analýzy makroprostředí je odhadnout vliv těchto faktorů na naši firmu.

- Makroekonomické prostředí: hodnotí se makroekonomické indikátory jako například míra ekonomického růstu, úroková míra, směnný kurz, míra inflace. Tato analýza se provádí zejména, pokud podnik obchoduje ve více zemích.
- Technologické okolí: V tomto odvětví se provádí velké množství změn v technologickém vývoji a z toho plynou potíže pro firmy, jenž nesledují tento trend. Ovšem vznikají i příležitosti pro ostatní podniky, které chtějí získat náskok před konkurencí.
- Sociální prostředí: Jedná se zejména o změny sociálního chování zákazníka například při změně životního stylu, důraz na upevňování zdraví či důraz na aktivní formy odpočinku.
- Demografické prostředí: Zde spadá zejména struktura obyvatelstva, úroveň vzdělání, stárnutí populace, výkyvy v počtu narozených dětí.
- Politické a legislativní prostředí: Jakákoliv politická a legislativní rozhodnutí mohou významně ovlivnit celé podnikání. Patří zde zejména politická stabilita, legislativní omezení a regulace ze strany státu.
- Světové okolí: pojem globalizace ovlivňuje i firmy působících jen na lokálních trzích. Nelze zde opomíjet potencionální hrozby válek, epidemii, migrace obyvatelstva z méně rozvinutých zemí, teroristické útoky [23].

2.7.1.2 SLEPT

SLEPT analýza je nástrojem externí analýzy. Jejím cílem je vyhodnotit nepříznivé dopady na firmu. Tyto nepříznivé dopady mohou působit na firmu z mnoha oblastí podle různých dopadů:

- social – sociální hledisko: Sociálně-kulturní, demografie.

- legal – právní a legislativní hledisko: Legislativa a právní normy.
- economic – ekonomické hledisko: Daňové a ekonomické zatížení.
- policy – politické hledisko: Politická situace.
- technology – technické hledisko: Úroveň technologické vyspělosti [3].

2.7.2 Interní analýza

Cílem interní analýzy je najít silné a slabé stránky podniku a tím pádem zjistit svou konkurenční výhodu. Snaží se definovat a odhadnout rozsah našich zdrojů a specifických předností firmy. Pro firmu pak nadále logicky plyne tyto zdroje a přednosti využívat, ale také udržovat a rozšiřovat [23].

2.7.2.1 SWOT analýza

SWOT analýza zkoumá vzájemné vztahy výsledků externí a interní analýzy. Tato analýza skýtá v názvu čtyři anglická slova – strengths, weaknesses, oportunities a threats. Tedy silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby podniku.

Analýza vychází z poučení, že není vhodné mít jen četný výčet možných silných a slabých stránek, ale je třeba z nich určit ty významné. Je tedy dobré z každé kategorie maximálně pět oblastí [23].

2.7.3 Segmentace trhu

Segmentace trhu, neboli výběr cílového trhu firmy. Při výběru trhu, zvažujeme velikost a kupní sílu. Na těchto základech určíme hodnotu segmentu. Po zvolení segmentu se musíme nadále rozhodnout, jakou pozici zaujmeme. Cílem je dosáhnout specifického vnímání našeho produktu a odlišit se od konkurence [2].

2.7.4 Marketingový plán

Zajímá-li nás podniková funkce marketingu, a co z ní plyne pro obchodní činnost, musíme uvažovat o základních věcech jako o:

- Produkt (výrobek nebo služba)
- Cena výrobku nebo služby
- Distribuci výrobku nebo služby ke spotřebiteli
- Marketingová komunikace (propagace)

Toto jsou základní vnitropodnikové činnosti. Kromě marketingového mixu se označují také jako 4P (product, place, price, promotion). Některé firmy používají tzv. 7P, přidáním prvků – politics(politicko-společenské rozhodnutí), public opinion(veřejné mínění), people(lidské zdroje) [23].

Nejdůležitější z marketingového mixu je **produkt**. Produkt tvoří podstatu nabídky podniku a uspokojuje potřeby zákazníků. Z tohoto důvodu je produkt základní stavební kámen marketingu. V rámci produktu se zabýváme:

- Jaký produkt nabízíme, které nové produkty uvedeme na trh a které starší budeme z trhu stahovat;
- Atributy produktu – např. vlastnosti, design značka aj.;
- Životní cyklus produktu.

Význam cenové politiky spočívá v tom, že stabilita a výška **ceny**, vytvářejí příjmy firmy a na nichž závisí existence a prosperita celého podniku. Stanovením ceny určujeme svoji pozici v porovnání s konkurencí. Také cena určuje nákupní chování spotřebitelů [23].

Distribuce se věnuje vhodnému dodání nebo nabídnutí služby cílovému zákazníkovi [9].

Marketingová komunikace neboli **propagace** je nejviditelnější složkou marketingového mixu. Obvykle se lidem pod tímto pojmem vybaví například reklama, ale ta je jen jedním z nástrojů komunikačního mixu. Pomocí marketingové komunikace se snažíme stimulovat poptávku, zvýšit povědomí o produktu, jeho vlastnostech a způsobu využití. Mezi neznámější složky propagace patří reklama, podpora prodeje, osobní prodej a přímý marketing [23].

2.7.5 Analýza bodu zvratu

Vyjadřuje vztah mezi obratem nákladů a ziskem. Pokud společnost dosáhne bodu zvratu, pak se tržby rovnají nákladům. Po překročení bodu zvratu se ve společnosti dosahuje zisku, naopak nedosáhnutí bodu zvratu se generuje ztráta.

Bod zvratu je možné vypočítat dle vztahu:

$$Q_{BEP} = \frac{FN}{P - VN}$$

Tento vztah je pro podnik, jenž vytváří jen jeden produkt. Pokud firma vyrábí více jak jeden produkt, musí se vztah upravit:

$$Q_{BEP} = \frac{FN}{\text{Tržby} - \text{PVN} * \text{Tržby}} = \frac{FN}{\text{PKP} * \text{Tržby}}$$

Tržby: Za určité období

FN: fixní náklady za určité období

PKP: procentní podíl příspěvku ke krytí fixních nákladů a zisku na tržbách

PVP: procentní podíl variabilních nákladů na tržbách [3].

2.8 Sport

Sport je spjat s lidstvem již od nepaměti. První zmínky o sportu, můžeme nalézt již z dob pravěku, kdy naši předkové byli nuceni běhat, aby ulovili svou kořist. Dnes již však je pohled na sport zcela jiný. Především dnes se bere sport jako forma relaxace a odpočinku. Sport a jeho různé formy přispěly k sbližování národů i rozvoji mnoha oblastí. Zaměstnává nespočet lidí, ať už sportovců, tak nespočet jiných lidí z různých odvětví, jako například architekti, doktoři či právníci. Rozvoj sportu zaznamenal veliký boom ve dvacátém století, kdy se začaly organizovat velké společenské události. Největší jsou bezpochyby olympijské hry [25].

2.8.1 Druhy psích sportů

Tak jak se sport vyvíjel do nespočet forem, našel si cestu i k nejvěrnějšímu příteli člověka, k psům. Tento sport by dlouho spjat s pasáctvím ovcí, či jiných domácích zvířat, avšak zejména v druhé polovině dvacátého století se začaly vyvíjet různé formy psích sportů. Uvedu část z nich [24]:

2.8.1.1 Agility

Tento sport má velkou podobnost s koňským parkúrem. Jen překážky jsou uzpůsobeny pro velikost psa. Psovod běhá vedle překážek a má za úkol provést psa danou trasou bez jakéhokoliv zaváhání a v co nejrychlejším čase. Jedná se tedy o parkúr postavený pro velikost psa, psovod nesmí překonávat překážky ani se jich dotknout. Agility je momentálně nejvíce populární psí sport v očích široké veřejnosti [24].

2.8.1.2 Dog dancing

Je stále populárnějším a modernějším kynologickým sportem. Jedná se o tanec na libovolnou hudbu, kdy psovod a pes se snaží předvádět různé kreace a synchronizované pohyby [24].

2.8.1.3 Dog frisbee

Spočívá v házení létajícího talíře na určitou vzdálenost. Úkolem psa je létající talíř chytit a donést zpět psovodovi v nejkratším čase [24].

2.8.1.4 Závody psích spřežení

Bezpochyby neznámější forma psího sportu. Je s lidstvem spjat již od nepaměti. Jedná se o zapřažení určitého počtu psů za saně. V moderním pojetí se tento typ sportu vyvinul v různé typy, jako bikejoring – pes a cyklista na jízdním kole; canicross – běžec se psem [24].

2.8.1.5 Flyball

Flyball je dynamický kolektivní sport, který v sobě spojuje rychlost s přesností. Družstvo složené ze čtyř psovodů a čtyř psů má za úkol v co nejrychlejším čase správně překonat čtyři skokové překážky a donést míčky z flyballového boxu [24].

2.8.1.6 Psi v záchrannářské kynologii

SVAZ ZÁCHRANNÝCH BRIGÁD KYNOLOGŮ ČR je společenskou organizací zabývající se záchrannými pracemi pomocí speciálně vycvičených psů. Jejich výcvik je veden k vyhledávání živých i mrtvých osob v nejrůznějších prostředích [24].

3 ANALÝZA STAVU SOUČASNÉ SITUACE

Analýza prostředí je nezbytná pro každý podnikatelský plán. V této kapitole provedu různé analýzy, abych prozkoumal podnikatelský plán z více úhlů a tak zhodnotil jeho využití. Z následných analýz bude vytvořen podnikatelský plán.

3.1 Oblast působení zakládané společnosti

Zakládaný podnikatelský subjekt bude mít právní formou společnosti s ručením omezeným s působností po celé České republice. Sportovní hala bude postavena ve Valašském Meziříčí. Společnost bude zaměřena na podnikání ve sportovní činnosti, zajišťování správy a provozování sportovišť a sportovních zařízení, pořádání sportovních a kulturních akcí a vytváření potřebných technických a provozních podmínek pro tuto činnost. S doplňkovými službami jako půjčování movitých věcí.

Vizi této víceúčelové sportovní haly, jenž bude zaměřena převážně na psí sporty, je vybudování haly, která by byla pro celý Moravskoslezský, Zlínský a Olomoucký kraj. Cílem je zřídit nejlépe vybavené místo k tréninku a k závodům ve všech psích sportech.

Z důvodu, stoupající popularity psích sportů, zejména agility, a také toho, že se obdobná hala se vyskytuje v Praze 4 – Podolí.

3.2 Charakteristika trhu

Podnikání je zaměřeno na psí sporty. Tento trend je v dnešní době dost stoupající a čím dál více lidí se právě tomuto odvětví věnuje. Svědčí o tom množství psích klubů a taky fakt, že Česká republika se pravidelně účastní mistrovství světa v agility a dalších psích sportech, na kterých se umisťuje pravidelně na předních příčkách. V roce 2012 dokonce Česká republika pořádala mistrovství světa v agility, ve městě Liberec. Právě této stoupající populárnosti bych chtěl využít a založit halu, jenž by podpořila české naděje v těchto sportech.

3.3 Analýza konkurence

Jak již bylo zmíněno, hala je primárně určená pro sportovce, kteří mají zájem sportovat a cvičit své psy ve psích sportech. Nicméně bude určena pro širokou veřejnost, jenž si halu může pronajmout na různé typy akcí. Co se týče umístění, vychází se z psího klubu HAF Beskydy, jenž je ve Valašském Meziříčí, který momentálně trénuje na pozemku, kde bude stát nová víceúčelová sportovní hala.

Mezi konkurenty bych uvedl Agility klub Rožnov pod Radhoštěm. Má sídlo v Rožnově pod Radhoštěm a trénují na venkovním cvičáku pro psy.

Další konkurent bych uvedl Kynologický klub Přerov. Trénují venku a pořádají velké množství akcí pro výuku psů, ale i spoustu soutěží v psích sportech. Tento klub je v dojezdové vzdálenosti od Valašského Meziříčí, cca 35minut jízdy autem. Proto by soutěže a různé akce být přesunuty do prostor naší haly.

Další konkurenti jsou v Ostravě, kde je více klubů, jen připomenu Vosa Ostrava a Kynologický klub Ostrava – Třebovice. Ostrava je krajské město a je zde větší koncentrace jak psů, tak i jejich psovodů. Probíhají zde sportovní akce, zvláště pro agility. Trénují na venkovním cvičáku pro psy.

V Olomouci je klub Mirtan Agility, jenž trénuje v hale na písčném povrchu. Ten je vhodný pro psy, jelikož si neničí kostru při dopadech na tvrdou zem. Avšak v hale neprobíhají soutěže.

V Praze je psí hala pod správou klubu Dog point. Hala má vhodný umělý povrch pro psí sporty, zrcadlo na trénink dogdancingu a spoustu dalších vhodných pomůcek pro širokou škálu psích sportů. Navíc má i prostorné venkovní cvičiště. Tato hala je od Valašského Meziříčí velice vzdálena, ale vnímáme ji jako potenciálního konkurenta co se týče vybavenosti a služeb.

3.4 Analýza zákazníků

Co se týče zákazníků, sportovní hala je zaměřena na lidi téměř všeho věku, kteří chtějí svůj volný čas trávit aktivně nebo jen strávit příjemné chvíle. Předpokládá se, že halu

budou navštěvovat především lidé, kteří vlastní alespoň jednoho psa, tak pro ně bude hala sloužit jako místo, kde si mohou pohovořit a setkávat se. Jak již bylo zmíněno, hala bude mít široké zaměření, proto není přesně vytyčena skupina, která by ji navštěvovala. K lepšímu zviditelnění haly se bude pořádat množství sportovních akcí, výukových lekcí zaměřených na výchovu psů a možná i výstavy. Z jednoduchého důvodu, aby přitáhla zájemce nejen o psí sporty, ale i širokou veřejnost.

3.5 SLEPT analýza

SLEPT analýza vyhodnocuje potenciálně nepříznivé dopady na firmu. Bývá označována jako prostředek pro analýzu změn v okolí firmy.

SLEPT analýzu zaměřím na: social – sociální hledisko; legal – právní a legislativní hledisko; economic – ekonomické hledisko; policy – politické hledisko; technology – technické hledisko

3.5.1 Social – sociální hledisko

Aktuálně žije v České republice 10 538 275 obyvatel. Počet obyvatel dlouhodobě roste, ovšem ubývá lidí v produktivním věku. Zvláště tak přírůstek dětí stagnuje. Největší skupina lidí je mezi lety 34-40 lety. V tomto věku převažují muži v porovnání dva ku jedné. Co se týče nezaměstnanosti, tak ta se pohybuje okolo 7,3 % k 31. prosinci 2014. Což je zlepšení o 1 procento oproti roku 2013.

Ve zlínském kraji žije 585 261 obyvatel (k 31. prosinci 2014). Samotné Valašské Meziříčí má 22 630 obyvatel a patří k větším městům kraje. Nezaměstnanost v Zlínském kraji se pohybuje okolo 7,8 %. Dalším faktorem je, průměrná hrubá mzda ve Zlínském kraji se pohybuje okolo 22 683 Kč. Dá se předpokládat, že lidé s vyšším příjmem mají větší potenciál a zájem ohledně zdravého životního stylu. Tudíž budou chtít své volné chvíle trávit aktivně a věnovat se svým koníčkům, což pro tyto lidi může být pes.

3.5.2 Legal – právní a legislativní hledisko

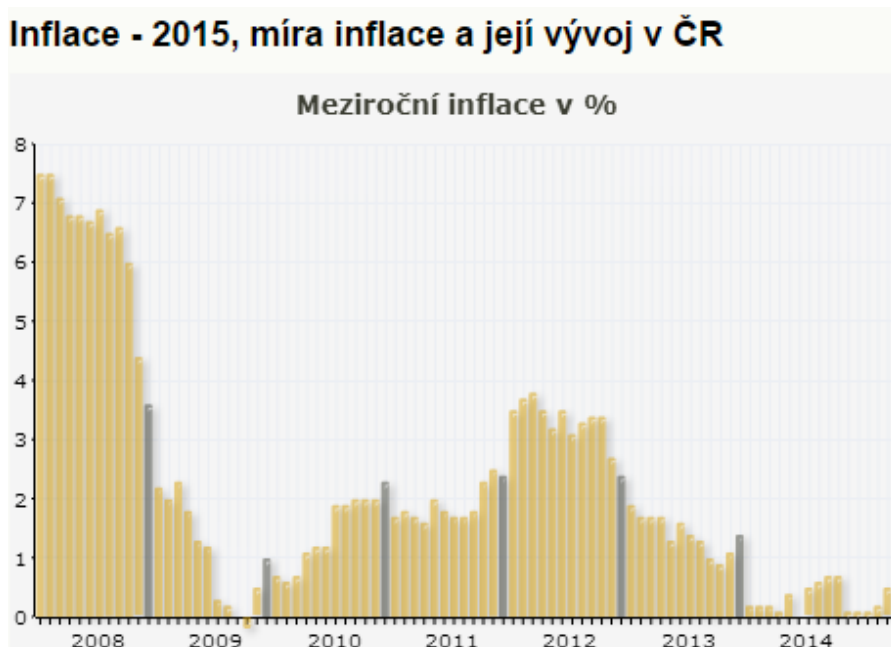
Pro naše podnikání je nutností respektovat veškerou legislativu České republiky. Proto je důležité veškerou legislativu pečlivě prostudovat. Pro naše podnikání nás nejvíce bude zajímat občanský a obchodní zákoník. Od 1. ledna 2014 vstoupil v platnost nový občanský zákoník, který upravuje různé zákony. Například zákon o založení společnosti s ručením omezeným, kde oproti starému zákoníku se už nepotřebuje 200 tisíc korun při založení společnosti, ale už jen jedna koruna. Zákoník už nadále neurčuje ani minimální výši základního kapitálu.

Další změny v legislativě se dají očekávat, jelikož nová vláda v čele s hnutím ANO 2011 slibuje změny. Tyto změny budeme sledovat a vyhodnocovat, jelikož by mohly být i potencionálním rizikem pro náš podnikatelský záměr.

3.5.3 Economic – ekonomické hledisko

Mezi jeden z nejdůležitějších ekonomických faktorů bych uvedl míru inflace, jenž může ovlivnit naše podnikání. Inflace je obecně definována jako růst cenové hladiny v čase. Míra inflace je měřena pomocí přírůstků indexu spotřebitelských cen [20].

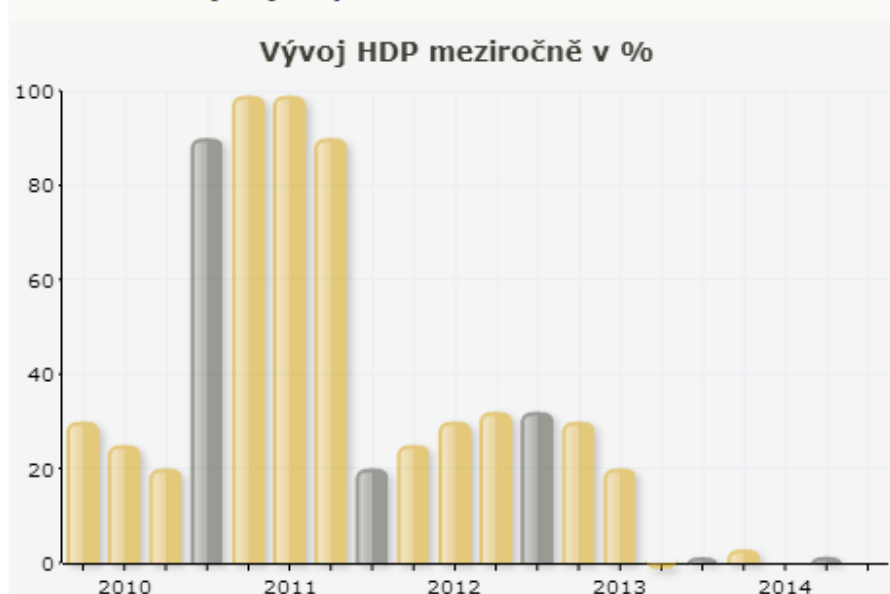
Míra inflace se v roce 2015 udává na 0,4 %.



Graf 1: Graf č. 1: Inflace – 2015, míra inflace a její vývoj v ČR (zdroj: Kurzy.cz dostupné z <http://kurzy.cz/makroekonomika/inflace/>)

Dalším důležitým faktorem je hrubý domácí produkt. Jedná se o klíčový ukazatel vývoje ekonomiky. Představuje celkovou peněžní hodnotu statků a služeb, vyprodukovaných za určité časové období na určitém území. Tímto časovým obdobím, bývá obvykle rok. Tendence vývoje křivky HDP je v posledních letech stagnující. HDP může velmi ovlivnit naše podnikání, jelikož kdyby se neodvíjelo pozitivně, lidé by museli začít šetřit a tím by omezovali své výdaje na služby zbytné. Tím bychom mohli přijít o část klientely.

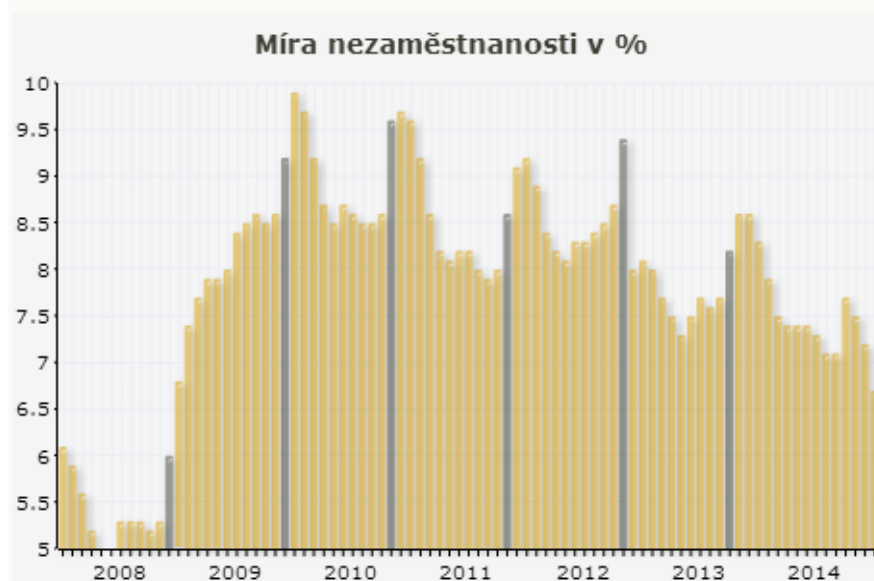
HDP 2015, vývoj hdp v ČR



Graf 2: HDP 2015, vývoj HDP v ČR (Zdroj: Kurzy.cz dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/>)

Dalším faktorem je nezaměstnanost. K 31. březnu 2015 evidoval Úřad práce ČR (ÚP ČR) celkem 525 315 uchazečů o zaměstnání. To je o 22 802 méně než v únoru a o 83 000 méně než v březnu 2014. Tedy oproti loňskému roku vzrostl počet volných pracovních míst téměř dvojnásobně. Celková nezaměstnanost v České republice se k 31. březnu 2015 pohybuje okolo 7,2 %. Ve Zlínském kraji je to 6,55 %. Čím bude vyšší zaměstnanost, tím méně lid bude navštěvovat naši sportovní halu.

Nezaměstnanost v ČR, vývoj, rok 2015



Graf 3: Nezaměstnanost 2015, vývoj hdp v ČR (Zdroj: Kurzy.cz dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/nezamestnanost/>)

3.5.4 Policy – politické hledisko

Na každý podnikatelský plán působí vnější vlivy, ten politický nevyjímá. Jde hlavně o užívání a dodržování norem, živnostenských zákonů i měnící se legislativy. Tyto faktory mohou ovlivnit podnikatelský plán nebo i samotné podnikání. Pro naše podnikání jsou důležité především zákony zaměřené na podporu podnikání a podmínky pro podnikatelskou činnost.

V roce 2013 se konaly volby do parlamentu, jenž vyhrála strana ČSSD. Vládu sestavila pomocí koalice se stranami ANO 2011 a KDU-ČSL. Tato vláda slibovala neprohlubování státního rozpočtu a to pro naše podnikání znamená, že se rušily jisté podpory a dotace.

V roce 2014 se konaly komunální volby, které ve Valašském Meziříčí vyhrála strana ANO 2011. Tato nová vláda usiluje o větší zviditelnění města v regionu a tak je velmi nakloněna tomuto podnikatelskému záměru.

3.5.5 Technology – technické hledisko

Technologické hledisko je především určeno pro výrobní podniky. Technologie se stále vyvíjí kupředu a to je pro náš důležitý faktor, jelikož pro naši halu je nesmírně důležité, aby byla moderní a držela krok. Navíc musíme nabídnout něco, co jiné sportovní haly podobného druhu nenabízejí. Tím mám na mysli moderní vybavení, integrovaný webový portál, jenž by sloužil pro online rezervaci či řešení problémů, buď na internetu, nebo po telefonu. Na tomto webovém portálu by se vyskytovaly i články tematicky zaměřené na výživu psů, cvičení, zacházení či upozornění na různé zdravotní příznaky psa. Z toho vycházím, že jen málo sportovních klubů nabízí tuto možnost, která je u veřejnosti velice vyhledávána. Také bezdrátové připojení na wifi, by mělo být v celém areálu.

3.6 SWOT analýza

SWOT analýza se zabývá vnitřními a externími vlivy na sportovní centrum. Zaobírá se o silné a slabé stránky podniku v mikroprostředí a makroprostředí. Následné výsledky překontrolujeme s cíly.

3.6.1 Silné stránky

Jako hlavní silnou stránku podniku je, že nabízí jiné služby než ostatní. Především je to krytá hala, jenž umožňuje trénink a konání sportovních klání i během zimy, kdy tento sport stagnuje. Tuto věc ocení, hlavně psovodi, jenž chtějí být na světové úrovni. Dále bych vyzdvihl povrch, který bude vytvořen z umělé trávy. Je to stejný povrch, na kterém se běhá na mistrovství světa, takže by sportovci měli ideální zázemí. Další faktor je umístění. Nachází se ve Valašském Meziříčí, což je dojezdová vzdálenost z Moravskoslezského, Zlínského a Olomouckého kraje. Jelikož na celé Moravě i Slezsku není hala v podobném měřítku. S celým zázemím a zaměřena na psí sporty. Tento fakt je možnost pro potencionální nájemce, kteří trénují ať už pro radost, tak i pro vrcholový sport. Dále bych započítal mezi silné stránky i vybavení haly.

3.6.2 Slabé stránky

Mezi slabé stránky podniku je prozatímni nevědomost, že tato stavba určená pro nadšence do psích sportů bude zbudována. Dále nevědomost o firmě. Dále velké

pořizovací náklady, které jsou s halou spjaty. Také bych zde započítal, i můj věk a malou zkušenost s podnikáním.

3.6.3 Příležitosti

Příležitost vidím, především ve stále rostoucím zájmu o psí sporty. Příležitostí je i měnící se životní styl obyvatel a jejich nadšení pro sporty, které by mohli dělat i se svým čtyřnohým přítelem. Další příležitost je ve stále se zlepšujících podmínkách a ve stálém zvyšování počtu stálých zákazníků. S tím je spjato zvýšení povědomí o firmě. Toto povědomí by rozšiřovali především sportovní aktéři, ale použila by se i propagace na internetu, ať už pomocí sociálních sítí, či svých vlastních webových stránkách.

3.6.4 Hrozby

Velkým ohrožením je vstup nových sportovních hal podobného ražení na trh. Další hrozbou je i ekonomická situace České republiky, ekonomika se nachází v recesi a lidé jsou naučeni své peníze šetřit a zbytečně neutrácejí. Další hrozbou je i měnící se životní styl, při kterém vznikají stále nové a nové příležitosti, jak trávit volný čas. Jako poslední hrozbu vnímám zvyšující se ceny energií, které by zvyšovaly fixní náklady. To by mohlo růst i k růstu cen a poklesu návštěvnosti.

4 NÁVRHOVÁ ČÁST

V této části se zaměříme na praktickou část podnikatelského záměru. Představíme si možnosti, jak by mohl podnikatelský plán vypadat a jak by se dal uskutečnit. Varianty budou tři:

- **Pronájem stávající areálu s následnou rekonstrukcí haly – nafukovací hala (1. varianta);**
- **Pronájem stávajícího areálu s následnou rekonstrukcí haly – kamenná hala (2. Varianta);**
- **Koupě stávajícího areálu s rekonstrukcí haly (3. varianta).**

Každá varianta má své specifika a není jednoznačné, která z variant je nejlepší. Záleží na určitých specifikách, která z variant je výhodnější a která méně.

4.1 Popis podniku

Název podniku: HAF Beskydy s.r.o.

Název vychází ze zavedeného sportovního klubu, který je právě ve Valašském Meziříčí. Tento klub je již známý v regionu.

Místo podnikání: Valašské Meziříčí

Právní forma podnikání: společnost s ručením omezeným

Prakticky nemůžeme ani zvolit jinou právní formu. Je relativně jednoduchá na založení a má omezené ručení za závazky, což v případě neúspěchu se jistě ocení.

Předmět podnikání:

- Provoz areálu
- Pronájem celého areálu
- Pronájem haly
- Výcvik agility
- Pořádání soutěží
- Provoz webového e-shopu

Organizační struktura:

Organizační struktura bude velice jednoduchá. V čele společnosti bude jednatel, dále budou v hale působit 2 až 4 trenéři, záleží na roční době. Také se předpokládá začlenit i externí trenéry. Co se týče webu, články bude mít na starosti jednatel. Stejně tak i e-shop. Dále halu bude mít na starost jeden správce.

4.2 Představení variant

Zde uvedu tři zmíněné varianty, které jsou předmětem toho podnikatelského záměru.

4.2.1 Varianta 1 – nafukovací hala:

Město Valašské Meziříčí má zájem pronajmout areál, jenž se nachází za bývalými kasárnami v ulici Železničního vojska 1404. Město by rádo pronajalo toto místo na 10 let s tím, že by se jednalo o odkupu. Na stávajícím místě je již postavená plechová hala, avšak není moc reprezentativní, tak by se strhla. Místo této haly by se postavila nafukovací hala, taková co by odpovídala kritériím pro trénink i sportovní klání a působila by důstojně a moderně. Aby přitahovala zákazníky, zvláště tak lidi se zájmem o aktivní využití svého volného času spolu se svým psem. Dále by v této hale měla být tribuna pro 300 lidí. Jelikož se zde budou konat sportovní soutěže, aby si návštěvníci i soutěží měli kde sednout, popřípadě odložit věci.

V této variantě budeme uvažovat nafukovací (přetlakovou) halu. Tento typ haly je hodně využíván jako zastřešení tenisových kurtů a je tak známé široké veřejnosti. Navíc působí velice moderně až futuristicky. Hlavní výhodou této varianty je poměrně malá pořizovací cena, rychlost dodání a životnost přetlakové haly. Také možnost v létě halu odstranit a tak ušetřit na energiích. Nevýhodou těchto typů hal je, vyšší náklady na energie, pokud jsou v provozu po celý rok. Rozměry haly byly stanoveny na 30 x 45 m, aby se do ní vešlo agility hřiště a tribuna.

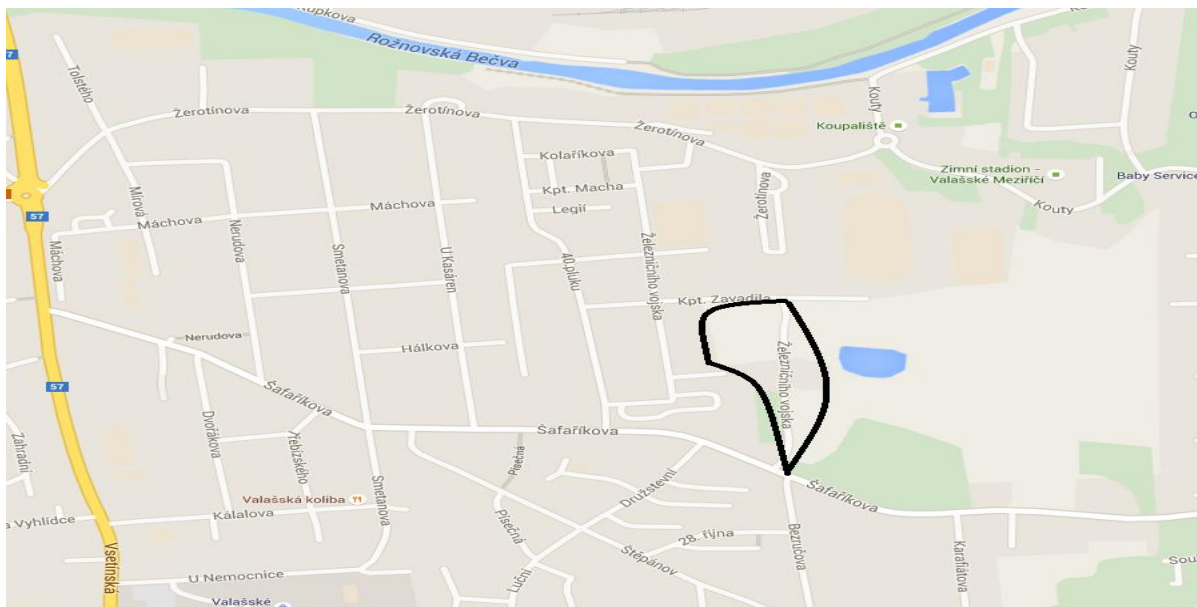
Ilustrační foto nafukovací (přetlakové) haly



Obrázek 1: Nafukovací (přetlaková) hala (Zdroj: www.prvnivychodnoceskatenis.cz)

Největší slabinou této varianty je jednoznačně nájem. Je sice na deset let, ovšem po uplynutí této stanové doby se město může usmyslit, pronajmout stávající areál jinému subjektu. Může se to stát, zvláště pak po volbách, kdy se mění zastupitelstvo a tím i jeho priority. Avšak dá se předpokládat, že po řádném plnění nájemní smlouvy se riziko vypovězení nájemní smlouvy blíží nule. Také je tu omezení v podobě absence sociálního a hygienického zařízení, které by se muselo vybudovat externě. Tyto rizika musíme brát v potaz a nesmíme jej zapomenout zohlednit při výběru nejlepší varianty.

Zde je znázornění umístění areálu – východ Valašského Meziříčí:



Obrázek 2: Poloha areálu ve Valašském Meziříčí (Zdroj: Vlastní zpracování dle www.google.cz/maps)

4.2.1.1 Plánované výdaje a příjmy

Počáteční investice:

Tabulka 2: Počáteční investice – nafukovací hala (Zdroj: vlastní zpracování)

Nafukovací hala se strojovnou	1 800 000 Kč
Vybudování parkoviště	160 000 Kč
Přípojky	150 000 Kč
Pořízení vybavení haly	200 000 Kč
Vybudování sociální a hygienického zázemí	500 000 Kč
Celkem	2 810 000 Kč

Největším počátečním výdajem je podle očekávání nafukovací hala. Tato počáteční investice je nezbytná, jelikož hala bude převážně vydělávat v zimě, kdy se nemůže trénovat venku. Také se jedná o zajištění většího zázemí pro zájemce o psí sporty. Vzhled haly, který bude lákat návštěvníky a sportovce je moderní a přitažlivý. Co se týče nafukovací haly, má své výhody i nevýhody. Její hlavní výhodou je, že může být postavena za velmi krátkou dobu, výrobce uvádí, že nafouknutí haly se údajně zvládne za jediný den. Což by uspíšilo podnikatelský záměr, jelikož nemusíme čekat, až se hala postaví. Ovšem s nafukovací halou se pojí určitá úskalí, jako vyšší náklady na elektřinu a plyn. Co se týče haly, nemá tak vlastní sociální a hygienické zázemí, to by se muselo vybudovat externě. Tím máme na mysli, klubovnu, šatny, sprchy a toalety.

Další náklady jsou spojeny s vybaveností haly, jako jsou překážky pro psy, koberec, na kterém budou psi s psůvody běhat, zrcadlo. Ze začátku nebude hala tak často navštěvována, avšak postupem času se získá své návštěvníky. Hlavní předností bude nabídka různých psích sportů, které jistě přilákají širokou veřejnost.

Každoroční výdaje

Tabulka 3: Každoroční výdaje – nafukovací hala (Zdroj: vlastní zpracování)

Platba správci	180 000 Kč (15 000 x 12)
Údržba haly	50 000 Kč
Elektrická energie	30 000 Kč
Plyn	110 000 Kč
Stavění a bourání haly	50 000 Kč
Voda	30 000 Kč
Pronájem areálu ročně	200 000 Kč
Celkem	650 000 Kč

Každoroční příjmy

- Zimní sezóna – 23 týdnů
 - Hala/den – průměrně 8 hodin denně
 - Pronájem haly – 500 Kč/hod

Celkem 1127 hodin = 644 000 Kč

- Letní sezóna – 23 týdnů
 - Hala/den – průměrně 6 hodin denně
 - Pronájem haly – 500 Kč/hod

Celkem 966 hodin = 483 000 Kč

- Celkem ročně 2093 hodin = 1 127 000 Kč

Rozdíl mezi ročními příjmy a výdaji: 477 000 Kč

Doba návratnosti: $2\,810\,000 / 477\,600 = 6$ let

V ideálním případě nám vyšlo, že náš podnikatelský záměr dokáže vydělat za rok 477 000 Kč. Tím by se počáteční náklady splatily za šest let. Ovšem to jen v ideálním případě. Musíme být více pesimističtí a počítat, že příjmy budou menší. Tím by se doba návratnosti mohla prodloužit i o rok.

4.2.2 Varianta 2 – Oblouková hala

Varianta číslo dvě vychází ze stejné lokace jako varianta číslo jedna. Tedy je umístěna směrem na východ od centra Valašského Meziříčí v ulici Železničního vojska 1404. Lokace je v areále bývalých kasáren, jenž nyní město pronajímá různým společnostem a institucím. Kupříkladu jsou nově vybudované budovy pro hasičský záchranný sbor, okresní soud a spoustu soukromých firem. V areálu se nachází i velké parkoviště v docházkové vzdálenosti tři sta metrů od naší haly.

Ovšem varianta číslo dva se bude lišit ve zpracování haly. Nebude nafukovací, ale oblouková. Tedy s pevnou konstrukcí a to přímo s hliníkovo-textilní konstrukcí. Takové řešení má mnoho kladů, především reprezentativní vzhled, jenž nabízí komfortní prostředí pro trénink. Také při letním období nabízí možnost otevření obvodového

pláště haly a tak se dá trénovat či jinak sportovat de facto pod širým nebem. Tyto typy hal, jsou vybaveny speciální povrchovou úpravou a také díky UV filtru v létě nedochází ke skleníkovým efektům.

Mezi další výhody patří poměrně jednoduchá konstrukce, která je relativně jednoduchá na postavení. Také velmi dlouhá životnost, relativně srovnatelná pořizovací cena a jak již bylo zmíněno, v létě možnost otevření stropu haly. Také je možno vybudovat sociální a hygienické zázemí přímo v hale.

Ilustrativní foto haly s hliníkovo-textilní konstrukcí



Obrázek 3: hliníkovo-textilní konstrukce haly (Zdroj: www.sportovni-stavby.cz/)

Bezpochyby největším ohrožením našeho podnikatelského záměru je, již zmíněných deset let nájmu, které město Valašské Meziříčí nabízí. Při řádném plnění nájemní smlouvy se takové riziko vypovědění zmenšuje.

Počáteční investice:

Tabulka 4: Počáteční investice – oblouková hala (zdroj: vlastní tvorba)

Pořízení haly	3 100 000 Kč
Vybudování parkoviště	160 000 Kč
Přípojky	150 000 Kč
Pořízení vybavení haly	200 000 Kč
Celkem	3 610 000 Kč

Největší položka je opět pořízení haly, která bude celoročně využívána. Její hlavní výhodou je již několikrát zmíněný vzhled, možnost mít sociální zařízení uvnitř haly s posezením a tribunou v areálu. Což by mohlo být velké pozitivum, jelikož by se

komunita příznivců sportovní kynologie měla kde scházet. A tak by se zvýšila oblíbenost celé haly.

Náklady spojené s vybaveností haly, jsou stejné jako ve variantě jedna. Vybudování parkoviště i přípojky k elektrické síti a plynu se nemění a cena je stanovena. Co se týče vybavenosti haly, povrch by se řešil obdobně jako ve variantě číslo jedna, kdy by se položil speciální koberec. Překážky by byly také stejné.

Každoroční výdaje

Tabulka 5: Každoroční výdaje - oblouková hala (zdroj: vlastní tvorba)

Platba správci	180 000 Kč (15 000 x 12)
Údržba haly	30 000 Kč
Elektrická energie	35 000 Kč
Plyn	85 000 Kč
Voda	40 000 Kč
Pronájem areálu ročně	200 000 Kč
Celkem	570 000 Kč

Každoroční příjmy

- Zimní sezóna – 23 týdnů
 - Hala/den – průměrně 8 hodin denně
 - Pronájem haly – 500 Kč/hod

Celkem 1 127 hodin = 644 000 Kč

- Letní sezóna – 23 týdnů
 - Hala/den – průměrně 6 hodin denně
 - Pronájem haly – 500 Kč/hod

Celkem 966 hodin = 483 000 Kč

Celkem ročně 2093 hodin = 1 127 000 Kč

Rozdíl mezi ročními příjmy a výdaji: 557 000 Kč

Doba návratnosti: $3\,610\,000/557\,600 = 6,5$ let

Tato varianta vychází ze stejné obsazenosti jako varianta číslo jedna, tedy s příjmem 1 127 000 Kč za rok. Rozdíl mezi náklady příjmy a výdaji je ve variantě číslo dva 557 000 Kč. Z toho vyplývá, že v nejideálnějším případě by se hala splatila za šest a půl roku. Také i nyní musíme být více pesimističtější, a počítat s mnohem delší dobou návratnosti. Tedy doba návratnosti by se mohla vyšplhat až k osmi letům.

4.2.3 Varianta 3 – Koupě areálu

Tato varianta se jeví na první pohled jako nejlepší, ale nese největší riziko, největší finanční zatížení a je také nejvíce riskantní. Koupě zmiňovaného areálu popisovaného ve variantách jedna a dva, by bylo nejlepší, jenže město Valašské Meziříčí v této době nemá zájem tuto svou lokaci prodat.

Po přezkoumání územního plánu Valašského Meziříčí se nenachází optimální lokalita pro vybudování haly naší velikosti. Navíc by tato lokace nedisponovala pozemní komunikací. Musela by se tak postavit a to by prohlubovalo rozpočet. Navíc by sportovní klub nadále využíval halu v ulici Železničního vojska 1404. Tím by se diverzifikovali psovodi a zájemci o psí sporty a následně by to vedlo k nižším ziskům.

Z těchto důvodů ani nebudeme zvažovat ani počítat variantu číslo tři. Nebylo by proveditelné tento záměr provést z finančních důvodů. Proto jsme variantu vyloučili za uskutečnitelnou. Tedy nám zbývají varianty číslo jedna a dva, pronajmutí areálu s následným zbudováním jednoho či druhého typu haly.

4.3 Marketingový plán

4.3.1 Produkt

V rámci provozu víceúčelové sportovní haly bude nabídka zaměřena na pronájem haly zaměřené na psí sporty. Spolu s halou se bude využívat také vybavení haly, jako jsou psí překážky a další vybavení. Dále se budou využívat i šatny, sprchy a toalety. Tímto se chceme zaměřit na budování kvalitního zázemí pro zákazníky. Pro zákazníky jsou připraveny různé typy tréninků psů. Hlavním tahákem ovšem bude cvičení psů agility, jenž by měl být primární zaměření v této hale.

Hlavní obsazenost haly bude zaměřena na členy klubu, kteří zaplatí poplatek a budou vlastnit permanentku. Zajisté rezervace haly bude probíhat na internetu nebo

telefonicky. Největší obsazenost se předpokládá přes týden v odpoledních hodinách. O víkendech budou v hale probíhat závody a soutěže. Popřípadě intenzivní tréninky s externími trenéry.

Co se týče trenérů, budou k dispozici dva. Jejich časové rozřazení bude zveřejněno online. Každý trenér si vybírá své svěřence, a i v našem případě tomu tak bude. Při velkém zájmu o tréninky budou přibráni externí trenéři. Platy trenérů se bude odvíjet podle počtu úspěchů svěřenců a taky jejich počtu. Je třeba vytvořit zdravou soutěživou komunitu, jenž se bude navzájem motivovat a usilovat o lepší výsledky. Tím se bude rozrůstat komunita i popularita psích sportů a s tím spjatá i návštěvnost naší haly.

Budeme nabízet i tréninky pro děti a mladistvé se svými pejsky. Nebudou tak intenzivní jako pro dospělé, ale zato budou zaměřeny převážně na soutěže a výchovu psa.

4.3.2 Cena

Nastavení cenové hladiny je velice důležité. Spíše až klíčové. Po analýze cenové nabídky konkurence, jsem došel k závěru, že lidé jsou ochotni za své koníčky obětovat nemalou cenu, zvláště pokud se jedná o sport v kolektivu. Proto je cena na hodinu nastavena tak, aby se jí účastnili 3 psovodi. Pro úplnost dodávám tabulky, kde jsou rozepsány ceny pronájmů haly. Trenéři se platí zvlášť a nejsou tak zdrojem financování haly.

Tabulka 6: Ceník služeb (zdroj: vlastní tvorba)

Pronájem haly	
pondělí (13:00-22:00)	500 Kč/h
úterý (13:00-22:00)	500 Kč/h
středa (13:00-22:00)	500 Kč/h
čtvrtek (13:00-22:00)	500 Kč/h
pátek (13:00-22:00)	500 Kč/h
sobota	450 Kč/h
neděle	450 Kč/h
Permanentka (10 vstupů)	3 700 Kč/h
Trenér (dětský výcvik)	100 Kč/h/osoba
Trenér (agility)	150 Kč/h/osoba
Trenér (dog dancing)	120 Kč/h/osoba
Trenér (poslušnost)	150 Kč/h/osoba
Externí trenér	200 Kč/h/osoba

4.3.3 Distribuce

Distribuce bude v našem případě jen v areálu sportoviště. Varianta jedna a dva je umístěna v klidné lokalitě a poměrně lehce dosažitelná autem i pěšky (autobusové nádraží je vzdáleno 10minut chůze a vlakové 25 minut chůze). Nedaleko je velké sídliště i nově vybudované satelitní městečko. Co se týče Valašského Meziříčí, jeho aglomerace je podstatně veliká, takže dokáže přitáhnout zákazníky i z nedalekých měst jako jsou např. Rožnov pod Radhoštěm, Zubří, Vsetín, Telč. A ostatních vesnic. Také dojezdová vzdálenost z větších měst jako je Olomouc, Přerov, Frenštát pod Radhoštěm je brána také zohledněna. Tyto města mají poměrně silnou komunitu věnující se sportovní kynologii.

Pro usnadnění komunikace se zákazníky bude zřízen sofistikovaný webový portál, kde se zákazníci budou moci zarezervovat halu i trenéra pro jejich potřeby. Tento informační portál bude nabízet veškeré informace týkající se haly, rezervací, a dále se budou objevovat i články o úspěších sportovního klubu, kde a kdy se konají sportovní klání v psích sportech, popřípadě užitečné rady pro psovody všeho věku. Také budou vystavovány články o tom, jak se správně starat o psa, informace o očkování, výživě a další užitečné články, které jistě zákazníci ocení.

4.3.4 Propagace

Propagace bude ze začátku bytelná. Zejména ve Valašském Meziříčí. Předpokládá se vyvěšování propagačních materiálů, jako jsou plakáty a další upoutávky. Reklama bude rozdělena ze začátku na sportovní zaměření, kdy budoucí cvičenci budou mít možnost pracovat s těmi nejlepšími a výchovu psa jakéhokoliv věku. Takzvaně výcvik poslušnosti. Tyto plakáty budou vyvěšeny na veřejných místech tomu určených a také ve školách základních i středních nejen ve Valašském Meziříčí, ale i v okolních městech i vesnicích. Dále využití místního regionálního tisku. Cílem je oslovit co nejširší možnou klientelu.

Další z možností je využití sociálních sítí jako je Facebook, Twitter či Instagram. Tato služba je zaměřena především na mladší zákazníky, kteří žijí online. Tužba je vytvořit pocit zákazníků, aby sami vkládali fotky, komentáře, připomínky anebo jen vypisovali

momenty, jak si užívají se psy v naší hale. Taková pozitivní reklama totiž nic nestojí a navíc láká další zákazníky.

Další formou propagace bude i samotný webový portál haly, který nebude sloužit jen jako možnost k zarezervování prostor, ale budou tam umístovány články a rady, které budou dost tematicky zaměřené. Na webovém portálu bude zveřejněna i galerie fotek, kde zákazníci cvičí své psy, či si užívají na závodech. Cílem je vytvořit komunitu, která by sama chtěla být součástí naší haly.

4.4 Finanční plán

Financování našeho podnikatelského plánu bude probíhat vlastních, tak i z cizích zdrojů. Co se týče vlastních zdrojů, máme k dispozici 1 700 000 Kč. Ovšem nebudeme utrácet celou částku, část si necháme na nečekané výdaje a další možné komplikace, které mohou vzniknout při plnění jedné z variant. Takže vlastní zdroje budeme považovat za 1 300 000 Kč. Pro zbytek budeme muset využít možnosti cizích zdrojů.

Cizí zdroje budeme považovat úvěry bank. Z následující analýzy budeme uvažovat nejvhodnější možnost pro naše varianty. Vybereme dva nejvhodnější produkty nabízené různými bankami a zhodnotíme je.

Tabulka č. 3 F

Tabulka 7: FÉR půjčka pro podnikatele (zdroj vlastní zpracování z www.sberbankcz.cz/)

Název banky	Sberbank CZ
Okruh uživatelů	Podnikatelé a malé firmy s obratem do 25 mil. Kč
Název úvěru	FÉR půjčka pro podnikatele
Základní charakteristika	Financování investičních potřeb podnikatelů a malých firem
Maximální výše úvěru	5 000 000 Kč
minimální úroková sazba	5,99 % p.a.
forma splácení	Anuitní
Maximální doba splácení	10 let
Poplatky za poskytnutí úvěru	1 % z předčasné splacené částky
Typ úvěru	střednědobý; dlouhodobý vedení úvěrového účtu 0Kč/měsíc; úvěr mohou získat stávající i noví klienti Sberbank CZ
Konkurenční výhody	Možnost nabídky financování podnikatelům s velmi krátkou historií

Tabulka 8: Era investiční půjčka k podnikání (zdroj vlastní zpracování z www.zlatakoruna.info/)

Název banky	Era
Okruh uživatelů	Podnikatelé a malé firmy s obchodním obrátem do 30 mil. Kč ročně
Název úvěru	Era investiční půjčka k podnikání
Základní charakteristika	Umožňuje si půjčit na investice související s předmětem podnikání
Maximální výše úvěru	8 000 000 Kč
minimální úroková sazba	7,30 % p.a.
forma splácení	Anuitní
Maximální doba splácení	15 let
Poplatky za poskytnutí úvěru	poskytnutí úvěru 0,5 % z celkové výše úvěru; Správa úvěru 2 400 Kč/rok; Předčasně splácení úvěru 2 000 Kč
Typ úvěru	úcelový úvěr
Konkurenční výhody	Možnost předčasného splacení úvěru;

Tabulka 9: Ceník služeb (zdroj vlastní zpracování www.rb.cz)

Název banky	Raiffeisenbank
Okruh uživatelů	Fyzické osoby podnikatelské a právnické osoby
Název úvěru	Podnikatelská rychlá půjčka
Základní charakteristika	Splátkový úvěr vhodný k financování investic.
Maximální výše úvěru	7 500 000 Kč
minimální úroková sazba	5,50 % p.a.
forma splácení	Anuitní
Maximální doba splácení	15 let
Poplatky za poskytnutí úvěru	poskytnutí úvěru 0,5 % z celkové výše úvěru; Správa úvěru 3 600 Kč/rok; 1 % z předčasné splacené částky
Typ úvěru	úcelový úvěr, splátkový
Konkurenční výhody	Klient si volí fixaci úrokové sazby; zdarma pojištění proti neschopnosti splácet úvěr lze kdykoliv předčasně splatit;

4.4.1 Financování první varianty (nafukovací hala)

Jako vhodného zástupce pro financování této varianty podnikatelského záměru zvolíme první úvěr FÉR půjčka pro podnikatele banky Sberbank CZ. Za předpokládané roční úrokové sazby 6,3 %. Její výhodou je, možnost nabídky klientům, kteří jsou v bance Sberbank CZ nově zaevidováni. Dále skutečnost, že úvěr nemá žádné poplatky za

zřízení či správu úvěru. V první variantě byly vykalkulovány počáteční náklady na 2 810 000 Kč. Financování této varianty se rozdělí následovně:

- Vlastní zdroje 1 300 000 Kč
- Cizí zdroje 1 510 000 Kč

Tedy požádáme v bance Sberbank CZ o úvěr na 1 510 000 Kč. Výše roční předpokládané sazby bude 6,3 %. Úvěr je zvolen na šest let tedy 72 měsíců. Splátka bude splatná k poslednímu dni v měsíci.

Nyní si spočítáme měsíční anuitu a následně sestavíme splátkový kalendář.

Obecný vzorec výpočtu anuity:

$$a = D * \frac{\frac{i}{m}}{1 - \frac{1}{(1 + \frac{i}{m})^{n*m}}}$$

a = anuita

D = výše úvěru

I = úroková sazba

m = počet splátek za rok

n = počet let splácení

Po dosazení všech veličin z varianty jedna do vzorce nám vyjde rovnice:

$$a = 1\,510\,000 * \frac{\frac{0,063}{12}}{1 - \frac{1}{(1 + \frac{0,063}{12})^{6*12}}} = 25\,239 \text{ Kč}$$

Celkový splátkový kalendář je v příloze číslo jedna. Z uvedeného splátkového kalendáře je patrné, že po řádném splacení úvěru, se po šesti letech úroky vyšplhají k 307 208 Kč. Splácení dluhu nás ročně bude stát 302 868 Kč. Tuto částku musíme započítat ke každoročním výdajům. Tedy nám vstoupily výdaje na 952 868 Kč. Tuto částku musíme odečíst od příjmů společnosti, které činí 1 127 000 Kč. Po odečtení nám

celkový předpokládaný příjem klesnul na 174 132 Kč. Po splnění plnění, se nám po šesti letech zvedne rozdíl mezi příjmy a výdaji na již zmiňovaných 477 000 Kč.

4.4.2 Financování druhé varianty (oblouková hala)

Pro financování této varianty jsme zvolili možnost číslo 3. Banku Raiffeisenbank, jenž nabízí menší úrok než Sberbank CZ. Jedno z kritérií bylo, že si musíme půjčit větší obnos a z toho důvodu, jsme volili banku, jenž má na českém trhu větší postavení. Navíc nám může zajistit již zmíněný menší úrok. Také možnost pojištění pro neschopnost splácení je velice užitečná.

V druhé variantě byly vykalkulovány počáteční náklady na 3 610 000 Kč. Financování této varianty se rozdělí následovně:

- Vlastní zdroje 1 300 000 Kč
- Cizí zdroje 2 310 000 Kč

V bance Raiffeisendbank požádáme o úvěr 2 310 000 Kč. Předpokládaná výše roční úrokové sazby by 5,7 %. Úvěr je zvolen na 7 let tedy 84 měsíců. Splátka bude splatná k poslednímu dni měsíce.

Nyní si spočítáme průměrnou měsíční anuitu a následně sestavíme splátkový kalendář. Anuitu spočítáme obdobně jako v předchozí variantě, tedy ze vzorce:

Obecný vzorec výpočtu anuity:

$$a = D * \frac{\frac{i}{m}}{1 - \frac{1}{(1 + \frac{i}{m})^{n*m}}}$$

a = anuita

D = výše úvěru

I = úroková sazba

m = počet splátek za rok

n = počet let splácení

Po dosazení všech veličin z varianty jedna do vzorce nám vyjde rovnice:

$$a = 2\,310\,000 * \frac{\frac{0,057}{12}}{1 - \frac{1}{(1 + \frac{0,057}{12})^{7*12}}} = 33\,415 \text{ Kč}$$

Celkový splátkový kalendář je v příloze číslo dvě. Měsíční anuita pro variantu č. 2 je 33 415 Kč. Z uvedeného splátkového kalendáře, je vidno, že úroky se vyšplhají po sedmi letech na 496 860 Kč. Tedy celková částka, kterou splatíme, bude 2 806 860 Kč.

Splácení dluhu nás bude ročně stát 400 980 Kč. Tuto částku jako ve variantě číslo jedna musíme připočíst k ročním výdajům. Tedy měsíční výdaje se změní z 570 000 Kč na 970 980 Kč. Po následném odečtení od předpokládaných ročních příjmů dostaneme 156 020 Kč. Po řádném splacení úvěru se nám rozdíl mezi příjmy a výdaji za rok změní na již zmiňovaných 557 000 Kč.

4.5 Analýza finančního plánu

Při pohledu na obě možné varianty je zřejmé, že podnikatelský záměr počítá s velkou až ambiciózní návštěvností a obsazeností haly. Jelikož náš podnikatelský plán nemá jiný příjem, je na svých klientech doslova závislý. Jakékoliv omezení návštěvnosti může velmi vážně ohrozit celý podnikatelský záměr. Proto je třeba dbát pozornosti a uvědomovat si případné ohrožení. Je nutné se ke svým zákazníkům chovat slušně a s pokorou. Jelikož jejich peníze jsou to jediné, co tento podnikatelský záměr financuje.

Je třeba se zaměřit na budování dobré pověsti v očích široké veřejnosti. Jedna chyba a je zde možnost ztracení důvěry v určitou část zákazníků, kteří svým negativním chováním by nadále mohli pošpinit pověst víceúčelové haly a tím i celý podnik.

Proto je třeba pečlivě vybírat personál, ať už správce či trenéry, kteří budou pečliví, slušní, pokorní, spolehliví a hlavně aby měli příjemné vystupování.

Tyto vlivy je podnik schopen ovlivnit, ovšem jsou zde i další rizika, například prudké změny energií, plynu či legislativy. Taky je zde možnost, že víceúčelová hala může vyhořet, či se může přihodit jiná nepředvídatelná živelná pohroma, jenž by nenávratně poničila celou halu. S těmito extrémními vlivy je třeba se popasovat a nebrat na lehkou váhu jakékoliv ohrožení nebo upozornění.

4.6 Hodnocení investice

Co se týče spočtených variant, každá má své klady a zápory. Variantu číslo tři jsme zavrhlí. Ačkoliv možnost vlastnit areál je lákavá, v současné době bohužel není proveditelná. Z tohoto důvodu tato možnost nebyla ani kalkulována. Co se týče variant jedna a dva, mají poměrně výhodnou cenu nájmu. Co se týče těchto variant, sepíšeme si jejich výsledky do tabulky:

Tabulka 10: Zhodnocení variant (zdroj: vlastní zpracování)

	Varianta 1	Varianta 2
Počáteční investice	2 810 000 Kč	3 610 000 Kč
Každoroční výdaje	650 000 Kč	570 000 Kč
Předpokládaný příjem za rok (splacený úvěr)	477 000 Kč	557 000 Kč
Předpokládaný příjem za rok (splácení úvěru)	174 132 Kč	156 020 Kč
Doba návratnosti	6-7 let	6,5-8 let
Velikost úvěru	1 510 000 Kč	2 310 000 Kč
Navýšení úvěru	302 868 Kč	496 860 Kč
Doba splácení úvěru	6 let	7 let

Z uvedené tabulky vyplývá, že obě varianty jsou relativně stejné. Během doby, kdy se bude splácet úvěr, generují srovnatelný zisk. Po splacení dluhu varianta dva vykazuje o necelých 100 000 Kč větší zisk než varianta číslo jedna. Avšak varianta číslo dva, má úvěr na 7 let a splatí bance téměř 496 860 Kč. Finanční kritérium hraje obrovskou roli při výběru vhodné varianty. Avšak je to jeden z aspektů.

4.7 Volba nejvhodnější varianty

Jak již bylo uvedeno mnohokrát dříve, rozhodování je pro nás snadnější, jelikož vybíráme jen ze dvou variant místo tří. Třetí variantu jsme zavrhlí, již ze zmíněných důvodů, jako vysoká pořizovací cena, minimální zázemí a velké konkurence, která nabízí levnější možnost výcviku psů. Co se týče zbylých dvou variant, zjistili jsme, že jsou výdělečné a mají svůj potenciál.

Z výběru první a druhé jsou patrné rozdíly. Zejména v splácení úvěru. Z krátkodobého hlediska se jeví lepší využít variantu číslo jedna, která generuje vyšší zisk během splácení úvěru a má úvěr na kratší dobu. Ovšem po splacení úvěru bude vydělávat méně a to o 80 000 Kč za rok. Tato skutečnost není nikterak zanedbatelná. Hlavní výhodou

varianty jedna je kratší možnost úvěru. Dále nafukovací hala má své klady, jako největší bych připomenul rychlost stavby. Realizace výstavby haly by se dala velice uspíšit a tak vstoupit na trh služeb mnohem dříve. Také skutečnost, že nafukovací haly mají dlouhou životnost a možnost rychle dekonstrukce je také příznivá. Na druhou stranu v nafukovací hale by nebylo vybudováno sociální a hygienické zařízení. Což by mohlo komplikovat vztahy se zákazníky, jelikož by lidé nemohli být součástí haly, ale stýkali by se ve venkovním areálu. Prioritou je udržet sportovce v centru dění. Co se týče úvěru je na poměrně dlouhou dobu, s tím že areál, jak již bylo avizováno, nám město zapůjčí na deset let a stává se velice rizikovým. Jelikož po šestém roku kdy se splatí úvěr, bychom měli jen čtyři roky jistoty v podobě nájmu. Poté by musel začít nový vyjednávací proces s městským zastupitelstvem o další budoucnosti areálu. A nemůžeme s jistotou říci, jak vyjednávání skončí. Mohlo by se stát, že po deseti letech, by byla vypovězena smlouva. Navíc riziko nájmu nese i další omezení, jelikož areál bychom nevlastnili, nesnažili bychom se jej více modernizovat.

Co se týče druhé varianty, po finanční stránce je zaměřeno na dlouhodobý výdělek. Jelikož vybudování obloukové haly spolu nese jisté klady, pořizovací cena mezi ně nepatří. Vyšší pořizovací cena než za přetlakovou halu je patrná. Co se týče doby splácení úvěru, z krátkodobého hlediska by ročně generoval zisk 156 020 Kč. Což není úplně závratná suma pro investici takového rozsahu. Navíc musíme připomenout, že tento výdělek bychom získávali po sedm let. Avšak po onom sedmém roku se nám mají zvednout příjmy až na 557 000 Kč. Změna příjmů je skoková, avšak platí zde stejný problém jako ve variantě číslo jedna. Tedy areál je v nájmu na deset let, tímto bychom měli zisk 557 000 Kč za rok, jen po dobu tří let. Poté by se muselo jednat se zastupitelstvem a doufat v kladný výsledek, ať už prodloužení nájmu nebo v lepším případě odkup areálu. To z varianty dělá silně rizikovou. Mezi výhody obloukové haly patří její reprezentativní vzhled, jenž působí mnohem lákavějším dojmem než hala nafukovací. Také možnost mít v budově vybudované veškeré zázemí jako jsou sociální prostory, šatny, hygienické prostory, jsou také hodnoceny kladným kritériem.

Z mého hlediska i přes své nevýhody variantu číslo dva. Tedy postavit obloukovou halu. Hlavní nefinanční výhody pro u mě zajímá možnost vybudování společenských prostor přímo v hale, hygienické prostory a také reprezentativní vzhled. Co se týče

financování projektu, je dlouhodobého hlediska výnosnější. A z krátkodobého nemá až takový rozdíl ve výdělku.

4.7.1 Předběžné vyčíslení tržeb

Při vyčíslování předběžných tržeb budeme vycházet z předchozí počtů uvedených ve variantě 2. Tržby budou rozpočítány na stanovené hodiny podle odpovídajícího nájmu. Budou více specifické a reálné.

Plán tržeb bude rozdělen do tří variant, podle situací které mohou nastat:

- a) Pesimistický plán
- b) Realistický plán
- c) Optimistický plán

a) Pesimistický plán

Tabulka 11: Pesimistický plán (zdroj: vlastní tvorba)

Produkt	Cena za hodinu	Počet hodin za den	Roční tržby
Pronájem po-pá	500	5	650 000 Kč
Pronájem so-ne	450	7	346 500 Kč
Celkem			996 500 Kč

Pesimistické tržby byly vyčísleny za předpokladu, že se nedokáže naplnit úplný potenciál haly. Ceny nezahrnují soutěže, jenž by se v hale uskutečnily, z těchto soutěží by pro nás plynul další příjem, jelikož by se musela pronajmout hala na celý víkend. Roční tržby tohoto odhadu dělají 996 500 Kč. Což když sečteme náklady na rok a odečteme je od zisků, tak se víceúčelová hala stále drží v kladných číslech. Po splacení úvěru vykazuje roční zisk 595 520 Kč.

b) Realistický plán

Tabulka 12: Realistický plán (zdroj: vlastní tvorba)

Produkt	Cena za hodinu	Počet soutěží za rok	Počet hodin za den	Roční tržby
Pronájem po-pá	500		6	780 000 Kč
Pronájem so-ne	450		9	445 500 Kč
Soutěže	400	3	24	86 400 Kč
Celkem				1 311 900 Kč

Realistické tržby se odvíjejí od naplnění našeho cíle a to je maximalizovat zisk. Vychází z reálné obsazenosti přes týden 6 hodin a téměř plně obsazenými víkendy. V kalkulaci jsme započítali i 3 uskutečněné soutěže. Co se týče soutěží, je započítán menší nájem z důvodu delšího trvání. Pokud se podaří tento plán dodržet, podnikatelský plán by poté generoval zisk až 741 900 Kč.

c) Optimistický plán

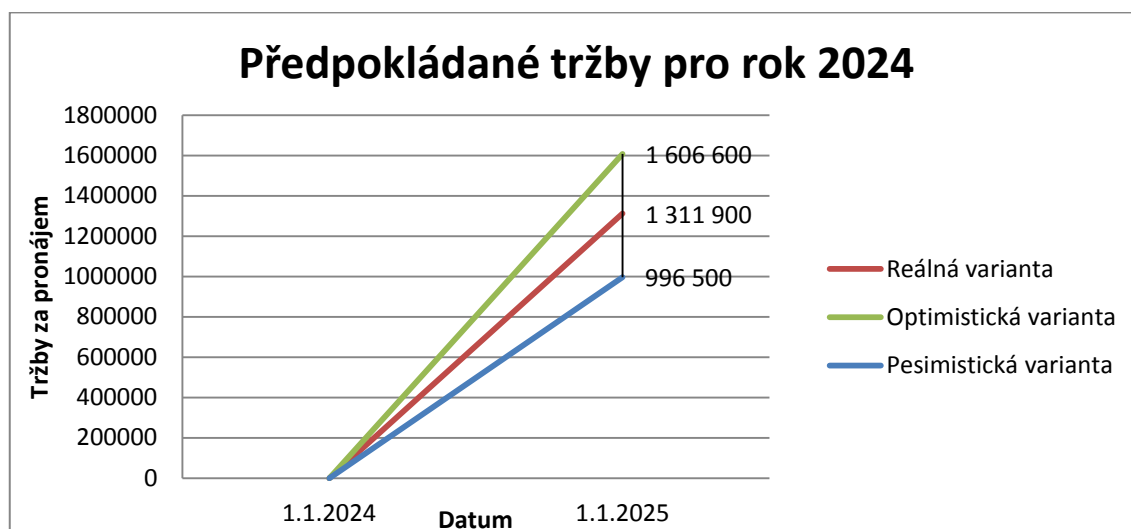
Tabulka 13: Optimistický plán (zdroj: vlastní tvorba)

Produkt	Cena za hodinu	Počet soutěží za rok	Počet hodin za den	Roční tržby
Pronájem po-pá	500		7	910 000 Kč
Pronájem so-ne	450		10	495 000 Kč
Soutěže	400	7	24	201 600 Kč
Celkem				1 606 600 Kč

Optimistická varianta počítá s velkým využitím haly během týdne, a to na sedmi hodinovou obsazeností. Dále s plně nabitými víkendy, kdy by hala měla mít deseti hodinovou vytíženost a měly by se v hale uskutečnit až šest soutěží. Tento plán by byl nejlepší možný pro naši společnost. Tyto vyhlídky jsou optimistické, ovšem ne úplně nereálné. Pokud bude společnost budovat své podvědomí, zákazníci ji budou navštěvovat a tím se k těmto číslům může velmi směle přiblížit. Po splacení úvěru by byl zisk podle optimistického plánu 1 036 600 Kč.

Grafické znázornění předpokládaných tržeb pro rok 2024, jelikož to by měl být splacený úvěr a tak abychom věděli zisk bez splacení úvěru.

Předpokládané tržby pro rok 2024:



Graf 4: Předpokládané tržby pro rok 2024 (zdroj: vlastní tvorba)

4.7.2 Bod zvratu

Budeme-li vycházet z předběžných nákladů, které jsme si vyčíslili u varianty 2, dostaneme tak hodnotu 570 000 Kč za rok. Z tohoto odhadu již dále dokážeme spočítat bod zvratu podle vzorce:

$$Q_{BEP} = \frac{FN}{\text{Tržby} - \text{PVN} * \text{Tržby}} = \frac{FN}{\text{PKP} * \text{Tržby}}$$

Tržby: Za určité období

FN: fixní náklady za určité období

PKP: procentní podíl příspěvku ke krytí fixních nákladů a zisku na tržbách

PVP: procentní podíl variabilních nákladů na tržbách

Provedeme výpočet bodu zvratu za jeden rok.

Odhadem stanovíme procentní podíl variabilních nákladů přibližně 30 %. Potom příspěvek ke krytí fixních nákladů a zisku stanovíme na 70 %.

V bodě zvratu Q_{BEP} platí $FN + VN = T$. VN jsme stanovili na 30 % z tržeb. Po dosazení do vzorce dostaneme:

$$T = FN + 0,3T$$

$$T = \frac{FN}{0,7} = \frac{570\,000}{0,7} \cong 814\,286 \text{ Kč}$$

Z daného výpočtu jsme zjistili, že podnik je ziskový, když dosáhne ročního zisku 814 286 Kč. Tento výpočet však vychází z reálného plánu, který byl stanoven v kapitole výše.

5 ZÁVĚR

Podnikatelský záměr ve své podstatě zjistil, že vybudování víceúčelové haly pro psí sporty ve Valašském Meziříčí je reálný, se správným rozhodováním a vřelému přístupu k zákazníkům i výdělečný. Psí sporty, zejména tak agility je mladý sport a do podvědomí široké veřejnosti se ještě tolik nevžil jako jiné sporty. Avšak úspěchy českých sportovců hovoří o podstatně velké komunitě, která se může jen rozrůstat, jak se budou měnit priority lidí. Hala by bezpochyby napomohla dalším dílčím úspěchům, ne jen v agility, ale i jiných psích sportech a sportovní kynologii obecně.

V první fázi podnikatelského záměru jsme se zaměřili na teoretickou část. Jednu ze zásadních částí práce tvoří podrobné analýzy, které se staly nezbytným pro průzkum trhu. Na základě analýz jsme došli k závěru, že by hala získala dominantní postavení v regionu a tím by zaujala výsadní postavení na trhu. Pomocí SWOT analýzy jsme stanovili silné a slabé stránky a zároveň si uvědomili příležitosti a také hrozby, jenž mohou podnikatelský záměr narušit. Těmto analýzám jsme věnovali velkou pozornost a při vypracování návrhů řešení byly brány v potaz.

Pomocí SLEPT analýzy, jsme charakterizovali trh. Zaměřili jsme se na sociální, ekonomické, legislativní, ekonomické, politické a technologické faktory, jenž by mohly a mohou být pro náš plán kritické.

Poslední kapitola je zaměřena na samotné koncepční řešení podnikatelského záměru. Byly uvedeny tři varianty z nich se reálné jevily jen dvě. Všechny varianty vycházely z jedné lokace ve Valašském Meziříčí, která se nachází v ulici Železničního vojska 1404. Varianty se lišili v různosti postavených hal. Jenda varianta vychází z principu moderních nafukovacích hal, jenž si získali své místo na trhu. Jejich vzhled působí velmi příjemně a jsou oblíbeny zejména u hráčů tenisu. Druhá varianta je zaměřena na hliníkovo-textilní konstrukci. Tato stavba má sportovní vzhled a evokuje touhu po sportu a pohybu. Pro obě varianty platí, že k zrealizování projektu, je třeba si vzít úvěr, jelikož vlastní zdroje na financování projekty nestačí. Po spočítání počátečních nákladů a vykalkulování, jsme došli k závěru, že obě varianty jsou ziskové. Po zjištění příjmů, jsme se však rozhodli pro variantu číslo dva, má oproti variantě číslo jedna sice větší počáteční náklady a delší dobu splácení úvěru, ale z dlouhodobého hlediska a taky

z charakteristiky obloukové haly, jsme došli k závěru, že tato varianta, je mnohem přijatelnější. Dále na tuto variantu byly spočítané předpokládané náklady a výnosy v podobě tří možných scénářů. Byl spočten pesimistický, optimistický a realistický scénář. Všechny tři tyto varianty se ukázaly jako ziskové. A to dokonce i více než podle původních počtů vytíženosti haly.

Na závěr této bakalářské práce je třeba uvést, že podnikatelský záměr má šanci na úspěch. A i velké předpoklady, že bude úspěšná. Z dlouhodobého hlediska je i velmi zisková. Do budoucna bych doporučil zavést do nabídky služeb i občerstvení přímo v hale. Jistě by to přilákalo více zákazníků.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] FRKOVÁ, J. *Individuální podnikání*. 1. vyd. Praha: ČVUT Praha, 1998. ISBN 80-01-01763-X
- [2] Synek, M. a kol. *Manažerská ekonomika*. 3. vyd. Praha. C.H.Beck, 2002. ISBN 80-7179-736-7
- [3] TIETZOVÁ, Kateřina. *Podnikatelský plán: Jeden z pilířů úspěšného podniku*. In: Podnikatelský plán [online]. 2012 [cit. 2014-11-21]. Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/podnikatelsky-plan-jeden-z-piliru-podniku/>
- [4] Obchodní zákoník č. 513/1991 Sb.
- [5] Živnostenský zákon č. 455/1991 Sb.
- [6] VEBER, J., SRPOVÁ, J., a kol. *Manažerská ekonomika*. 3. vyd. Praha. C.H.BECK, 2002. ISBN 80-7179-736-7.
- [7] *Právní formy podnikání*. Podnikator.cz [online]. 2012 [cit. 2014-12-16]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/priprava-na-podnikani/n:16129/Pravni-formy-podnikani>
- [8] Obchodní korporace č. 90/2012 Sb.
- [9] FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing spol. s. r. o., 1999. ISBN 8071698121.
- [10] VEJDĚLEK, Jiří. *Jak založit nebo převzít podnik*. Praha: Grada Publishing spol. s. r. o., 1997. ISBN 80-7169-234-4.
- [11] *Podnikatelská rizika*. ManagementMania.com[online]. 23.04.2013. 2011 [cit. 2015-01-07]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/podnikatelska-rizika>
- [12] Podnikatelský plán a strategie. [Http://www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz) [online]. 22. 10. 2012. 2012 [cit. 2015-01-08]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html#b12>

- [13]KORÁB, V. a M. MIHALSKO. *Založení a řízení společnosti*. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592-x.
- [14]FOTR, J. a I. SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0939-2.
- [15]MALLYA, T. *Základy strategického řízení a rozhodování*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1911-5.
- [16]KORÁB, V., M. REŽŇÁKOVÁ a J. PETERKA. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [17]VALOUCH, P. *Leasing v praxi*. 4. vyd. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2923-7.
- [18]POLIDAR, V. *Management bank a bankovních obchodů*. 2. vyd. Praha: Ekopress, 1999. ISBN 80-86119-11-4.
- [19]ROGERS, L. *Marketing*. Praha: Readers International Prague, 1993. ISBN 80-901454-0-x.
- [20]*Nejnovější ekonomické údaje* [online]. 2015 [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/aktualniinformace#12>
- [21]Finance.cz. *Vlastní nebo cizí zdroje?* [online]. 2008 [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/165575-vlastni-nebo-cizi-zdroje/>
- [22]FRANKLIN, Allen, Stewart C. MYERS a Richard A. BREALEY. *Teorie a praxe firemních financí*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0028-5.
- [23]SRPOVÁ, Jitka, Ivana SVOBODOVÁ, Pavel SKOPAL a Tomáš ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.
- [24]*Českomoravské kynologické unie* [online]. 2004 [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.cmku.cz/index2.php?stranka=uvod>.
- [25]HOBZA, V., REKTOŘÍK, J. a kol. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Ekopress, 2006. 191 s. ISBN 80-86929-04-3.

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Grafické zobrazení významnosti faktorů rizika (zdroj [9]).....	23
Tabulka 2: Počáteční investice – nafukovací hala (Zdroj: vlastní zpracování)	44
Tabulka 3: Každoroční výdaje – nafukovací hala (Zdroj: vlastní zpracování).....	44
Tabulka 4: Počáteční investice – oblouková hala (zdroj: vlastní tvorba).....	46
Tabulka 5: Každoroční výdaje - oblouková hala (zdroj: vlastní tvorba)	47
Tabulka 6: Ceník služeb (zdroj: vlastní tvorba).....	49
Tabulka 7: FÉR půjčka pro podnikatele (zdroj vlastní zpracování z www.sberbankcz.cz/).....	51
Tabulka 8: Era investiční půjčka k podnikání (zdroj vlastní zpracování z www.zlatakoruna.info/)	52
Tabulka 9: Ceník služeb (zdroj vlastní zpracování www.rb.cz).....	52
Tabulka 10: Zhodnocení variant (zdroj: vlastní zpracování).....	56
Tabulka 11: Pesimistický plán (zdroj: vlastní tvorba).....	58
Tabulka 12: Realistický plán (zdroj: vlastní tvorba)	59
Tabulka 13: Optimistický plán (zdroj: vlastní tvorba).....	59

SEZNAM OBRAZKŮ

Obrázek 1: Nafukovací(přetlaková) hala (Zdroj: www.prvnivychodnoceskatenis.cz)	43
Obrázek 2: Poloha areálu ve Valašském Meziříčí (Zdroj: Vlastní zpracování dle www.google.cz/maps)	43
Obrázek 3: hliníkovo-textilní konstrukce haly (Zdroj: www.sportovni-stavby.cz/)	46

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Graf č. 1: Inflace – 2015, míra inflace a její vývoj v ČR (zdroj: Kurzy.cz dostupné z http://kurzy.cz/makroekonomika/inflace/)	36
Graf 2: HDP 2015, vývoj HDP v ČR (Zdroj: Kurzy.cz dostupné z: http://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/)	37
Graf 3: Nezaměstnanost 2015, vývoj hdp v ČR (Zdroj: Kurzy.cz dostupné z: http://www.kurzy.cz/makroekonomika/nezamestnanost/)	38
Graf 4: Předpokládané tržby pro rok 2024 (zdroj: vlastní tvorba)	60

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 Splátkový kalendář pro variantu 1

rok	měsíc	anuita	úrok	úmor	konečná hodnota
1	1	25 239	7 928	17 312	1 492 688
1	2	25 239	7 837	17 403	1 475 285
1	3	25 239	7 745	17 494	1 457 791
1	4	25 239	7 653	17 586	1 440 205
1	5	25 239	7 561	17 678	1 422 527
1	6	25 239	7 468	17 771	1 404 755
1	7	25 239	7 375	17 864	1 386 891
1	8	25 239	7 281	17 958	1 368 933
1	9	25 239	7 187	18 053	1 350 880
1	10	25 239	7 092	18 147	1 332 733
1	11	25 239	6 997	18 243	1 314 490
1	12	25 239	6 901	18 338	1 296 152
2	1	25 239	6 805	18 435	1 277 717
2	2	25 239	6 708	18 531	1 259 186
2	3	25 239	6 611	18 629	1 240 557
2	4	25 239	6 513	18 727	1 221 830
2	5	25 239	6 415	18 825	1 203 006
2	6	25 239	6 316	18 924	1 184 082
2	7	25 239	6 216	19 023	1 165 059
2	8	25 239	6 117	19 123	1 145 936
2	9	25 239	6 016	19 223	1 126 713
2	10	25 239	5 915	19 324	1 107 388
2	11	25 239	5 814	19 426	1 087 963
2	12	25 239	5 712	19 528	1 068 435
3	1	25 239	5 609	19 630	1 048 805
3	2	25 239	5 506	19 733	1 029 072
3	3	25 239	5 403	19 837	1 009 235
3	4	25 239	5 298	19 941	989 294
3	5	25 239	5 194	20 046	969 248
3	6	25 239	5 089	20 151	949 097
3	7	25 239	4 983	20 257	928 841
3	8	25 239	4 876	20 363	908 478
3	9	25 239	4 770	20 470	888 008
3	10	25 239	4 662	20 577	867 430
3	11	25 239	4 554	20 685	846 745
3	12	25 239	4 445	20 794	825 951
4	1	25 239	4 336	20 903	805 048

4	2	25 239	4 227	21 013	784 035
4	3	25 239	4 116	21 123	762 911
4	4	25 239	4 005	21 234	741 677
4	5	25 239	3 894	21 346	720 332
4	6	25 239	3 782	21 458	698 874
4	7	25 239	3 669	21 570	677 304
4	8	25 239	3 556	21 684	655 620
4	9	25 239	3 442	21 797	633 823
4	10	25 239	3 328	21 912	611 911
4	11	25 239	3 213	22 027	589 884
4	12	25 239	3 097	22 143	567 741
5	1	25 239	2 981	22 259	545 482
5	2	25 239	2 864	22 376	523 107
5	3	25 239	2 746	22 493	500 614
5	4	25 239	2 628	22 611	478 002
5	5	25 239	2 510	22 730	455 272
5	6	25 239	2 390	22 849	432 423
5	7	25 239	2 270	22 969	409 454
5	8	25 239	2 150	23 090	386 364
5	9	25 239	2 028	23 211	363 153
5	10	25 239	1 907	23 333	339 820
5	11	25 239	1 784	23 455	316 365
5	12	25 239	1 661	23 579	292 786
6	1	25 239	1 537	23 702	269 084
6	2	25 239	1 413	23 827	245 257
6	3	25 239	1 288	23 952	221 305
6	4	25 239	1 162	24 078	197 228
6	5	25 239	1 035	24 204	173 024
6	6	25 239	908	24 331	148 693
6	7	25 239	781	24 459	124 234
6	8	25 239	652	24 587	99 647
6	9	25 239	523	24 716	74 930
6	10	25 239	393	24 846	50 084
6	11	25 239	263	24 977	25 108
6	12	25 239	132	25 108	0

Příloha č. 2 Splátkový kalendář pro variantu 2

rok	měsíc	anuita	úrok	úmor	konečná hodnota
1	1	33 415	10 973	22 442	2 287 558
1	2	33 415	10 866	22 549	2 265 009
1	3	33 415	10 759	22 656	2 242 354

1	4	33 415	10 651	22 763	2 219 590
1	5	33 415	10 543	22 871	2 196 719
1	6	33 415	10 434	22 980	2 173 739
1	7	33 415	10 325	23 089	2 150 649
1	8	33 415	10 216	23 199	2 127 450
1	9	33 415	10 105	23 309	2 104 141
1	10	33 415	9 995	23 420	2 080 721
1	11	33 415	9 883	23 531	2 057 190
1	12	33 415	9 772	23 643	2 033 548
2	1	33 415	9 659	23 755	2 009 792
2	2	33 415	9 547	23 868	1 985 924
2	3	33 415	9 433	23 981	1 961 943
2	4	33 415	9 319	24 095	1 937 848
2	5	33 415	9 205	24 210	1 913 638
2	6	33 415	9 090	24 325	1 889 313
2	7	33 415	8 974	24 440	1 864 873
2	8	33 415	8 858	24 556	1 840 316
2	9	33 415	8 742	24 673	1 815 643
2	10	33 415	8 624	24 790	1 790 853
2	11	33 415	8 507	24 908	1 765 945
2	12	33 415	8 388	25 026	1 740 919
3	1	33 415	8 269	25 145	1 715 774
3	2	33 415	8 150	25 265	1 690 509
3	3	33 415	8 030	25 385	1 665 125
3	4	33 415	7 909	25 505	1 639 619
3	5	33 415	7 788	25 626	1 613 993
3	6	33 415	7 666	25 748	1 588 245
3	7	33 415	7 544	25 870	1 562 375
3	8	33 415	7 421	25 993	1 536 381
3	9	33 415	7 298	26 117	1 510 265
3	10	33 415	7 174	26 241	1 484 024
3	11	33 415	7 049	26 365	1 457 659
3	12	33 415	6 924	26 491	1 431 168
4	1	33 415	6 798	26 616	1 404 551
4	2	33 415	6 672	26 743	1 377 809
4	3	33 415	6 545	26 870	1 350 939
4	4	33 415	6 417	26 998	1 323 941
4	5	33 415	6 289	27 126	1 296 815
4	6	33 415	6 160	27 255	1 269 561
4	7	33 415	6 030	27 384	1 242 176
4	8	33 415	5 900	27 514	1 214 662

4	9	33 415	5 770	27 645	1 187 017
4	10	33 415	5 638	27 776	1 159 241
4	11	33 415	5 506	27 908	1 131 333
4	12	33 415	5 374	28 041	1 103 292
5	1	33 415	5 241	28 174	1 075 118
5	2	33 415	5 107	28 308	1 046 811
5	3	33 415	4 972	28 442	1 018 369
5	4	33 415	4 837	28 577	989 791
5	5	33 415	4 702	28 713	961 078
5	6	33 415	4 565	28 849	932 229
5	7	33 415	4 428	28 986	903 242
5	8	33 415	4 290	29 124	874 118
5	9	33 415	4 152	29 262	844 856
5	10	33 415	4 013	29 401	815 454
5	11	33 415	3 873	29 541	785 913
5	12	33 415	3 733	29 681	756 232
6	1	33 415	3 592	29 822	726 409
6	2	33 415	3 450	29 964	696 445
6	3	33 415	3 308	30 106	666 339
6	4	33 415	3 165	30 249	636 090
6	5	33 415	3 021	30 393	605 696
6	6	33 415	2 877	30 537	575 159
6	7	33 415	2 732	30 683	544 476
6	8	33 415	2 586	30 828	513 648
6	9	33 415	2 440	30 975	482 673
6	10	33 415	2 293	31 122	451 552
6	11	33 415	2 145	31 270	420 282
6	12	33 415	1 996	31 418	388 864
7	1	33 415	1 847	31 567	357 296
7	2	33 415	1 697	31 717	325 579
7	3	33 415	1 547	31 868	293 711
7	4	33 415	1 395	32 019	261 692
7	5	33 415	1 243	32 171	229 520
7	6	33 415	1 090	32 324	197 196
7	7	33 415	937	32 478	164 718
7	8	33 415	782	32 632	132 086
7	9	33 415	627	32 787	99 299
7	10	33 415	472	32 943	66 356
7	11	33 415	315	33 099	33 257
7	12	33 415	158	33 257	0