

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Podnikatelský plán pro založení tanečního klubu

Business Plan to Start a Dance Club

STUDIJNÍ PROGRAM

Ekonomika a management

VEDOUcí PRÁCE

Lucia Dobrucká

HEROLDOVÁ

NATÁLIE

2021

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Heroldová** Jméno: **Natálie** Osobní číslo: **482724**
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**
Zadávající katedra/ústav: **Institut veřejné správy a regionálních studií**
Studijní program: **Ekonomika a management**

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:

Podnikatelský plán pro založení tanečního klubu

Název bakalářské práce anglicky:

Business Plan to Start a Dance Club

Pokyny pro vypracování:

Cíl: Vytvoření podnikatelského plánu pro začínající taneční klub

Přínos: Zpracování podkladu pro rozhodování, zda vynaložit prostředky na daný podnikatelský záměr

Osnova: 1. Úvod, 2. Teoretická část – struktura a tvorby podnikatelského plánu, 3. Praktická část – podnikatelský plán, předmět podnikání, analýza trhu, strategie a marketing, finanční plán, rizika, 4. Závěr

Seznam doporučené literatury:

SRPOVÁ, Jitka. Podnikatelský plán a strategie. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0407-9.
VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.
JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Strategický marketing: strategie a trendy. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:

Mgr. Lucia Dobrucká, Ph.D., institut veřejné správy a regionálních studií MÚ

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: **25.01.2021**

Termín odevzdání bakalářské práce: **13.05.2021**

Platnost zadání bakalářské práce: **19.09.2022**

Mgr. Lucia Dobrucká, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) práce

doc. Ing. arch. Vladimíra Šilhánková, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.
podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Studentka bere na vědomí, že je povinna vypracovat bakalářskou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací.
Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v bakalářské práci.

Datum převzetí zadání

Podpis studentky

HEROLDOVÁ, Natálie. *Podnikatelský plán pro založení tanečního klubu*. Praha: ČVUT 2021. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 29. 04. 2021

Podpis:

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Lucii Dobrucké, Ph.D, za velkou trpělivost, cenné připomínky a komentáře a čas věnovaný konzultacím, kterými pomohla k vypracování této práce.

Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je vypracování přehledného podnikatelského plánu pro nově začínající podnik New Age Dance Club s.r.o. v centru Prahy. Práce je rozdělena na dvě části: teoretickou a praktickou. Teoretická část určuje podklady pro vytvoření podnikatelského plánu a jeho struktury. V praktické části je samotný podnikatelský plán podniku New Age Dance Club s.r.o.

Klíčová slova

Podnikatelský plán, Marketingový plán, Podnik, Finanční plán, Analýza trhu.

Abstract

The aim of this bachelor's thesis is to develop a synoptical business plan for a newly starting company New Age Dance Club s.r.o. in the centre of Prague. The work is divided into two parts: theoretical and practical. The theoretical part determines the basis for creating a business plan and its structure. In the practical part is whole business plan of the company New Age Dance Club s.r.o.

Key words

Business plan, Marketing plan, Business, Financial plan, Market analysis.

Obsah

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| Úvod | 5 |
| 1 PODNIKATELSKÝ PLÁN | 7 |
| 1.1 Titulní strana..... | 8 |
| 1.2 Shrnutí..... | 8 |
| 1.3 Popis podniku..... | 9 |
| 1.4 Cíle firmy a vlastníků..... | 9 |
| 1.5 Analýzy..... | 10 |
| 1.5.1 Porterův model pěti sil..... | 10 |
| 1.5.2 PEST analýza..... | 12 |
| 1.5.3 SWOT analýza..... | 12 |
| 1.6 Marketingový plán..... | 12 |
| 1.7 Finanční plán..... | 14 |
| 1.7.1 Zakladatelský rozpočet..... | 14 |
| 1.7.2 Rozvaha..... | 14 |
| 1.7.3 Výkaz zisku a ztráty..... | 15 |
| 1.7.4 Výkaz Cash Flow..... | 16 |
| 1.7.5 Finanční analýza..... | 17 |
| 1.7.6 Bod zvratu..... | 17 |
| 1.8 Hodnocení rizik..... | 18 |
| 2 Titulní strana | 20 |
| 3 Popis podniku | 21 |
| 4 Cíle firmy a vlastníků | 22 |
| 5 Analýzy | 24 |
| 5.1 Analýza trhu..... | 24 |
| 5.1.1 Zákazníci..... | 24 |
| 5.1.2 Stávající konkurence..... | 25 |
| 5.1.3 Potenciální konkurence..... | 29 |
| 5.1.4 Dodavatelé..... | 29 |
| 5.1.5 Substituty..... | 29 |
| 5.2 PEST Analýza..... | 29 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 5.3 | SWOT analýza..... | 32 |
| 6 | Marketingový plán..... | 34 |
| 6.1 | Produkt..... | 34 |
| 6.2 | Cena..... | 34 |
| 6.3 | Místo..... | 35 |
| 6.4 | Propagace..... | 35 |
| 6.5 | Lidé..... | 36 |
| 6.6 | Procesy..... | 36 |
| 6.7 | Materiální prostředky..... | 37 |
| 7 | Finanční plán..... | 38 |
| 7.1 | Zakladatelský rozpočet..... | 38 |
| 7.2 | Kalkulace..... | 38 |
| 7.2.1 | Kalkulace tržeb..... | 39 |
| 7.2.2 | Kalkulace osobních nákladů a služeb..... | 40 |
| 7.2.3 | Kalkulace propagačních nákladů..... | 40 |
| 7.2.4 | Kalkulace úvěru..... | 41 |
| 7.2.5 | Kalkulace odpisů..... | 41 |
| 7.3 | Účetní výkazy..... | 42 |
| 7.4 | Finanční analýza..... | 44 |
| 8 | Hodnocení rizik..... | 46 |
| | Závěr..... | 48 |
| | Seznam použité literatury..... | 49 |
| | Seznam obrázků..... | 52 |
| | Seznam tabulek..... | 53 |

Úvod

V dnešním světě už vlastní podnikání není tak vzácné, jako bývalo. Lidé mají více příležitostí i možností. Navíc pravděpodobně každého někdy napadla nějaká idea produktu nebo podniku, který by chtěl vyrobit nebo založit. Jenže v tu chvíli málokdo přemýšlí nad celým procesem a co obnáší. V následujících stránkách to patřičně nastíním. Cílem této bakalářské práce je vytvoření podnikatelského plánu, pomocí kterého zjistím proveditelnost a životaschopnost mého nápadu, což je i přínos této bakalářské práce. Mou myšlenkou je vytvoření zcela nového principu služeb v tuzemsku v podniku New Age Dance Club s.r.o., večerního a nočního tanečního klubu, ve kterém se budou pořádat profesionální i amatérské taneční souboje, soutěže a workshopy ve stylu Street Dance. Druhou nabízenou službou klubu bude provozování baru a diskotéky, a to celé na jednom místě v centru Prahy. Hlavním důvodem tohoto nápadu je, že už dlouho soutěžně tancuji a vznik New Age Dance Club s.r.o. by mě velice potěšil, protože takový podnik jsem nikde v České republice neviděla.

Tato bakalářská práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. V té první, teoretické části, jsou popsány jednotlivé úseky podnikatelského plánu, podle kterých vytvořím konečný podnikatelský plán ve druhé, praktické části. Mezi hlavní úseky této bakalářské práce patří popis podniku, cíle firmy a vize budoucnosti, analýza trhu, marketingový plán a finanční plán. Všechny předešlé body dopodrobna vysvětlím v budoucích kapitolách. Tyto oddíly budou poté zpracovány v praktické části a budou vytvářet celý podnikatelský plán podniku New Age Dance Club s.r.o.

TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKATELSKÝ PLÁN

V této kapitole představím teoretické podklady pro vytvoření podnikatelského plánu a jeho struktury, které potom využiji v praktické části. Definicí pro spojení „podnikatelský plán“ je k dohledání dostatek a v dalším odstavci je jedna z nich, která se mi zdála dostatečně srozumitelná.

„Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější a vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů, jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů.“ (Orlík, 2011)

Podnikatelský plán je nástrojem, který se dá využít k ověření reálnosti, životaschopnosti nebo utřídění myšlenek. Ale dalším využitím podnikatelského plánu jako důležitého nástroje je při potřebě získat chybějící finanční prostředky, k informování svého obchodního partnera, zaměstnanců nebo k najítí společníka. Podnikatelský plán je velice užitečný pro začínajícího podnikatele s podnikatelským nápadem. Ten při zpracování zjistí důležité informace jako celkovou potřebu finančních prostředků, potřebu cizích zdrojů a možnosti jejich zhodnocení. (Srpová, 2011, str. 15)

Pro zhotovení podnikatelského plánu existuje několik možných důvodů. Mezi ně podle Svobodové (2017, str. 272) patří zjištění kolik potřebujeme finančních prostředků k zahájení podnikání, odhadnutí budoucích příjmů s porovnáním s očekávanými výdaji, zjištění našich kapacitních možností, jestli je náš plán uskutečnitelný v jednom nebo je potřeba sehnat tým, co je všechno potřeba k zahájení podnikání, možné výnosnosti našeho nápadu nebo zjištění a ověření si žádanosti na trhu. Po zpracování podnikatelského plánu bychom měli zjistit odpovědi na otázky typu „Kde se nyní nacházíme?“, „Kam se chceme dostat?“, „Jak toho chceme dosáhnout?“ „Co nás může potkat cestou k cíli?“

Obsah podnikatelského plánu se může lišit v několika věcech. Záleží proč podnikatelský plán vůbec vytváříme a pro koho jej děláme. Podnikatelský plán můžeme dělat pro někoho mimo firmu, ale i pro někoho ve firmě. Mezi vnější recipienty patří třeba banka, u které se snažíme získat podnikatelský úvěr, potenciální investor, od kterého budeme potřebovat finanční prostředky nebo poskytovatel dotací. Do druhé skupiny recipientů patří samotný podnikatel, který si chce ověřit realitu nápadu, nebo si vlastník požádá někoho z firmy o vytvoření podnikatelského plánu pro zjištění důležitých informací. Podnikatelský plán se také liší podle typu podniku, jestli je zaměřen na výrobu produktů nebo poskytování služeb.

Tento podnikatelský plán je určený pro mě jako podnikatele k ověření reality mého nápadu. Použiji strukturu pro malé podniky, kterou jsem si upravila pro svůj podnik New Age Dance Club s.r.o.

- 1) Titulní strana
- 2) Popis podniku
- 3) Cíle firmy a vlastníků
- 4) Analýzy
 - Analýza trhu podle Porterova modelu pěti sil
 - PEST analýza
 - SWOT analýza
- 5) Marketingový plán
 - Marketingový mix 7P
- 6) Finanční plán
 - Zakladatelský rozpočet
 - Kalkulace
 - Účetní výkazy
 - Finanční analýza
- 7) Hodnocení rizik

1.1 Titulní strana

Titulní strana by měla velice stručně obeznámit čtenáře o čem podnikatelský plán je. Na titulní straně by měly být uvedeny základní informace jako:

- Obchodní název a logo
- Název podnikatelského plánu
- Sídlo společnosti
- Jméno autora
- Jména klíčových osob a jejich kontakty
- Datum založení
- Právní forma podnikání
- Povaha podnikání

Také by měla titulní strana obsahovat text: „*Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoli způsobem rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora.*“ (Srповá, 2011, str. 16)

1.2 Shrnutí

Můžeme se setkat i s pojmem *Executive summary*. Shrnutí by nemělo být bráno jako úvod, ale jako stručný popis toho, co bude poté následovat. Shrnutí by mělo vzbuzovat chtíč čtenáře přečíst si zbytek podnikatelského plánu. (Veber, 2012, str. 100)

Podle Svobodové by mělo shrnutí obsahovat:

- Stručnou charakteristiku produktu a jeho konkurenční výhodu,

- Stručný popis cílového trhu a jeho velikost,
- Byznys model, tedy způsob, jakým budeme vydělávat,
- Požadovanou velikost finančních zdrojů a odhad jejich návratnosti (Svobodová, 2017, str. 298)

Shrnutí by nemělo být delší, než jedna A4 a mělo by být dobře strukturované a přehledné. A podle obsahu je jasné, že i když je shrnutí na začátku, tak je zpracované až po dodělení podnikatelského plánu. (Svobodová, 2017, str. 296)

Jelikož tento podnikatelský plán dělám sama pro sebe, nezahrnu do praktické části kapitoly shrnutí.

1.3 Popis podniku

Tato část se zabývá popisem produktu, v mém případě popisem podniku a služeb, které tento podnik nabízí. Při popisu produktu by mělo být vždy na první pohled jasné, o co se jedná. V popisu výrobku by neměl chybět fyzický vzhled, jeho vlastnosti a k čemu slouží. Také by mělo být uvedeno, jestli je to nový výrobek na trhu, nebo jestli už je na trhu nabízen podobný produkt. Také by měly být zmíněny doplňující služby k produktu (servis, zaškolení atd.). V případě služby by měly být uvedeny její vlastnosti, v čem spočívá a jak funguje. Je potřeba uvést, jak bude tato služba poskytována a jaké vyžaduje zařízení. (Srpová, 2011, str. 17-19)

Podle Strucka (1992, str. 32) popis podniku není analýza trhu, popis klíčových osob nebo finanční plán, ale měl by obsahovat základní myšlenky podniku. Také by měla být popsána motivace pro založení tohoto podniku, oblast činnosti podnikání neboli podnikatelský účel, na který navazuje i konkrétní popsání služeb podniku. Nemělo by ani chybět místo kde tento podnik bude sídlit.

1.4 Cíle firmy a vlastníků

V této části se snažíme čtenáře přimět k víře v naše schopnosti zrealizovat náš projekt. Srpová (2011, str. 18) říká, že „*Investoři a další společnosti poskytující kapitál se domnívají, že o úspěchu či neúspěchu firmy rozhoduje především její vedení.*“ Proto investoři budou důkladně prověřovat vedení a zaměstnance a jestli se budou domnívat, že naše firma má nedostatečné vedení, tak bychom měli doplnit management o odborníky.

Podle Strucka (1992, str. 36) i Srpové (2011, str.19) by na začátku měla být zmíněná ústřední myšlenka nebo vize. Tyto myšlenky by měly být stručné a až reklamního pojetí. Podle Jančíkové (2016) je mise neboli poslání, podniku samotný důvod existence a vize poté představuje konkrétní a jasné představy o budoucím stavu, tyto představy by měly být emocionálně zbarvené na rozdíl od samotných cílů. Cíle by měly být stanoveny na pět let s konkretizací na jeden až dva roky. (Srpová, 2011, str. 19)

Cíle firmy by se měly vyznačovat určitými znaky, které se dají shrnout pod pravidlo SMART, což znamená, že by měly být „chytře stanovené“.

- *S – Specific – specifický: Do kterého segmentu chceme proniknout? Čeho chceme na trhu dosáhnout?*
- *M – Measurable – měřitelný: O jak velký podíl na trhu usilujeme, v jakém čase?*
- *A – Agreed/Achievable – akceptovatelný: Je cíl akceptovatelný všemi, kteří se na něm podílejí?*
- *R – Realistic – reálný, dosažitelný: Je stanovený cíl dosažitelný? Jak náročné bude jeho provedení?*
- *T – Trackable – sledovatelný: Jsou určeny jednotlivé časové etapy pro sledování plnění? (Jakubíková, 2013, str. 28)*

1.5 Analýzy

Důležitou součástí podnikatelského plánu jsou různé analýzy, jako analýza trhu, analýza vnějšího okolí nebo analýza možných výhod a nevýhod. Podnikatel by si měl být vědom svého okolí a důležitých prvků, které mohou ovlivňovat jeho podnikání. Nejenom že se tím může ochránit před možnou komplikací, ale také pomocí těchto analýz si může vylepšit své podnikání. K těmto analýzám se dají vybrat různé nástroje, já jsem si vybrala Porterův model pěti sil, PEST analýzu a SWOT analýzu.

1.5.1 Porterův model pěti sil

Analýza trhu neboli mikroprostředí patří mezi základní části podnikatelského plánu. Cílem této analýzy je zjištění hybných sil, které ovlivňují a působí na náš podnik. Činnost podniku není jen ovlivněna konkurencí, ale také chováním dodavatelů a odběratelů, substitučními produkty nebo potenciálními konkurenty. Porterův model pěti sil se soustředí právě na těchto pět konkurenčních faktorů, které jsou pojmenovány:

- Hrozba vstupu nových konkurentů
- Stávající konkurence na trhu
- Vyjednávací síla zákazníků
- Vyjednávací síla dodavatelů
- Hrozba substitutů (Jakubíková, 2013, str. 103)

Hrozba vstupu nových konkurentů

Mezi potenciální nové konkurenty zařazujeme firmy, které doteď nebyly součástí konkurenčního prostředí, ale mohou do něho vstoupit. Tyto firmy se řídí podle toho, jak velká je síla rizika vstupu, která je zásadně ovlivněna bariérami vstupu do odvětví. Jelikož se firma musí nejdříve dostat přes bariéry, tak se zvyšují její náklady. (Srpková, 2011, str. 167) Mezi tyto bariéry patří například loajalita zákazníků nebo vysoké náklady na počátku podniku.

Stávající konkurence na trhu

Když vstoupíme na trh, pravděpodobně budeme mít určitou konkurenci se kterou budeme soupeřit o konkurenční výhodu. Rivalita mezi konkurenty bývá nejčastěji cenová, ale nemusí být vždy. Faktory, které tuto rivalitu ovlivňují jsou například:

- Struktura odvětví (podle podílů jednotlivých firem – monopol, oligopol, konkurence)
- Poptávkové podmínky (ovlivněny růstem nových zákazníků nebo zvýšením nákupů stávajících)
- Výška vstupních bariér (Srpová, 2011, str. 167)

Vyjednávací síla zákazníků

Náš produkt může být úspěšný pouze, když je po něm poptávka na trhu. Podle Svobodové by analýza zákazníku měla obsahovat:

- *Definici zákazníka nebo kvalitativní charakteristiku zákazníka,*
- *Kvantitativní charakteristiku cílové skupiny,*
- *Tempo vývoje cílové skupiny*

Také by měl být odlišen cílový trh od celkového, kde celkový trh má v sobě všechny potenciaální zákazníky, ale cílový trh je oblast, kde jsou pouze zákazníci, kterým může náš produkt skutečně nabídnout. (Svobodová, 2017, str. 341)

To neznamena, že při podnikatelském plánu vypíšeme celý trh nebo jednotlivé potenciaální zákazníky. V rámci této části vypíšeme skupiny zákazníků, které:

- *Mají z výrobku nebo služby značný užitek*
- *Mají k výrobku či poskytované službě snadný přístup*
- *Jsou ochotni za výrobek či službu zaplatit* (Veber, 2012, str. 101)

Při hodnocení vyjednávací síly zákazníků bychom měli odpovědět na následující otázky:

- *Jedná se o oligopolní či monopolní kupující?*
- *Realizují kupující velké objemy nákupů?*
- *Mají kupující na výběr mezi firmami s nízkými cenami?*
- *Mají možnost nákupu od několika výrobců najednou?*
- *Existuje hrozba vertikální integrace? Mohou si kupující vstupy vyrábět sami?* (Srpová, 2011, str. 167)

Vyjednávací síla dodavatelů

Dodavatelská větší síla může nastat při:

- Omezeném množství dodávaných substitutů
- Vysoké rozdílnosti dodavatelů
- Nedůležitosti našeho odvětví pro dodavatele
- Hrozba vertikální integrace dodavatelů aj. (Srpová, 2011, str. 167)

Hrozba substitutů

Substituty jsou produkty nebo služby, které nejsou přímo ze stejného odvětví, ale mohou i přesto nahradit tento produkt nebo službu, protože mají stejnou funkci nebo význam pro zákazníka. Substituty většinou vytvářejí cenovou konkurenci.

1.5.2 PEST analýza

Název PEST vzniká z prvních písmen faktorů, které jsou politicko-právní, ekonomické, sociálně-kulturní a technologické. PEST analýza hodnotí vnější neboli makroekonomické okolí, které mohou ovlivnit podnik pro který se tato analýza dělá. Dá se rozšířit o další dva faktory legislativní a ekologické čímž vzniká analýza PESTLE či PESTEL. Tato analýza se snaží odpovědět na otázky typu: „Které z faktorů mají vliv na podnik?“, „Jaké jsou možné účinky těchto faktorů?“ nebo „Které z těchto faktorů jsou pro můj podnik právě teď relevantní?“

Do politicko-právních faktorů například patří politická stabilita, zákony regulující podnikání, daňová politika, pracovní právo nebo ochrana spotřebitele. Do ekonomických faktorů patří HDP, ekonomický růst, monetární politika, měnové kurzy, nezaměstnanost nebo inflace. Mezi sociálně-kulturní faktory se řadí spotřební zvyky zákazníků, změny životního stylu, demografické faktory nebo vzdělání. K technologickým faktorům se vztahuje například státní výdaje na výzkum, nové objevy, výrobní technologie, patenty nebo internet. (Klimková, 2015)

1.5.3 SWOT analýza

Název SWOT vzniká z prvních písmen čtyř anglických slov:

- S = strengths = silné stránky;
- W = weaknesses = slabé stránky;
- O = opportunities = příležitosti;
- T = threats = hrozby.

Cílem SWOT analýzy je zjistit silné a slabé stránky podniku, které jsou relevantní k vnějším příležitostem a hrozbám. Mezi silné stránky může třeba patřit kvalifikovaná pracovní síla, zkušený management aj. Slabé stránky mohou být například kapitálová síla, nedostatek zkušeností v marketingu, cenová politika aj. Je vhodné abychom po řešení slabé stránky dokázali říct pozitivní řešení vedoucí k jejich odstranění. Příležitosti a hrozby se soustřeďují v okolí firmy. Můžeme třeba zmínit atraktivní příležitosti, které nám mohou přinést výhody, ale také se musíme věnovat problémům, které nás čekají. (Srpová, 2011, str. 32)

1.6 Marketingový plán

Mít dobrou marketingovou strategii je v této době velice důležité, protože na tom závisí úspěch firmy. Proto v podnikatelském plánu je nutné ukázat, že víme, co děláme.

Základem mého marketingového plánu je marketingový mix, který se dá použít jako prostředek rozvoje vztahu mezi zákazníkem a službou mého podniku.

Podle Srpové se marketingová strategie řadí do tří okruhů problémů (tři typy rozhodnutí):

- *Výběr cílového trhu*
- *Určení tržní pozice produktu*
- *Rozhodnutí o marketingovém mixu*

Výběr cílového trhu děláme pomocí segmentace trhu. Po vybrání cílového trhu, je nutné se rozhodnout o pozici v určených segmentech. „*Určení tržní pozice produktu je vyjádřením postavení konkrétního produktu mezi ostatními konkurenčními produkty na trhu.*“ (Srpová, 2011, str. 23) Zákazník by měl být schopný specificky oddělit náš produkt od ostatních. Podle Srpové při určování tržní pozice postupujeme ve třech krocích:

- Zjištění naší možné konkurenční výhody produktu, podle které můžeme budovat pozici
- Vybírání optimální konkurenční výhody, která by měla být důležitá pro zákazníky a měla by být ve shodě s marketingovým posláním firmy, ale je stále dominantní oproti konkurenci
- Zvolení efektivního způsobu komunikace a propagace této výhody

Dalším krokem je rozhodnutí o marketingovém mixu, který bere v potaz vybraný tržní segment a naši zvolenou tržní pozici. „*Jedná se o soubor kontrolovaných marketingových proměnných, připravených k tomu, aby výrobní (produkční) program firmy byl co nejbližší potřebám a přáním cílového trhu.*“ (Jakubíková, 2013, str. 191)

Klasická podoba marketingového mixu je tvořena čtyřmi prvky, takzvaná 4P:

- product (produkt)
- price (cena)
- place (místo neboli distribuce)
- promotion (propagace)

Při rozvoji marketingu máme v současnosti různé modifikace marketingového mixu. Jelikož se můj podnik nachází v odvětví služeb, 4P je nedostatečné, a proto budu používat marketingový mix 7P, který přidává další tři prvky:

- people (lidé)
- process (proces)
- physical evidence (materiální prostředky)

Do podkapitoly people (lidé) budu přidávat i personální plánování, protože ne vždy si můžeme dovolit, aby podnik fungoval jen s námi nebo našimi společníky. To znamená, že podnik, aby fungoval, potřebuje zaměstnance, a proto se v podnikatelském plánu zabýváme i tím, koho zaměstnáme nebo chceme zaměstnávat. Je důležité mít představu kolik zaměstnanců bude potřeba, jakou práci budou vykonávat a kolik to bude stát.

Podle Svobodové (2017, str. 385) v personálním plánování by měly být tyto body:

- *Popis jednotlivých pracovních pozic (včetně kvalifikačních předpokladů)*
- *Počty pracovníků na pracovní pozice, formy pracovních smluv*
- *Popřípadě organizační struktura*
- *Mzdové náklady na pracovní pozice*
- *Celkové personální náklady*

1.7 Finanční plán

Finanční plán převádí ostatní části podnikatelského plánu na číselnou podobu. Také tím obhazuje reálnost podnikatelského záměru z ekonomického hlediska. Výstupy finančního plánu jsou zejména:

- Plán nákladů
- Plán výnosů
- Plán peněžních toků
- Plánovaný výkaz zisku a ztráty
- Plánovaná rozvaha
- Výpočet bodu zvratu
- Hodnocení efektivnosti investic
- Plán financování aj. (Srpková, 2011, str. 31)

1.7.1 Zakladatelský rozpočet

V zakladatelském rozpočtu si spočítáme naše počáteční výdaje a výdaje za první období podnikání. Do těchto výdajů patří zřizovací výdaje (výdaje za oprávnění podnikání, notářské poplatky atd.), investiční výdaje (nákup auta a s tím spojené fixní náklady, nákup nebo pronájem prostor, nákup strojů apod.), počáteční provozní výdaje (nákup materiálu, mzdy, spotřeba energie atd.). (Svobodová, 2017, str. 407)

1.7.2 Rozvaha

Rozvaha patří mezi účetní výkazy a ukazuje bilanční formou dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku a zdrojů jejich financování k určitému datu (poslední den

roku). Pomocí rozvahy získáváme přehled ve třech základních oblastech – majetkové situaci podniku, zdrojích financování a finanční situaci podniku. (Růčková, 2019, str. 24) V rámci podnikatelského plánu začínajícího podniku by měla být vytvořena nejdřív počáteční rozvaha, která ukazuje počáteční výdaje a z jakého kapitálu budou financovány. Měla by následovat rozvaha aspoň na tři další roky. Dříve se plánovalo na pět let, ale jelikož se v této době všechno mění stačí jenom tři roky, protože stejně pracujeme s odhady. (Svobodová, 2017, str. 427)

Tabulka 1 Rozvaha (vlastní zpracování)

| Rozvaha | |
|-----------------------------|--|
| AKTIVA | PASIVA |
| Dlouhodobý majetek | Vlastní kapitál |
| Dlouhodobý hmotný majetek | Základní kapitál |
| Dlouhodobý nehmotný majetek | Nerozdělený zisk minulých období |
| Dlouhodobý finanční majetek | Výsledek hospodaření běžného účetního období |
| Oběžný majetek | Cizí zdroje |
| Zásoby | Dlouhodobé závazky |
| Pohledávky | Úvěr |
| Peněžní prostředky | Krátkodobé závazky |
| | Závazky k státu (daň z příjmu) |
| | Závazky k dodavatelům |

1.7.3 Výkaz zisku a ztráty

Používá se také pojem výsledovka. Tento výkaz zachycuje pohyb výnosů a nákladů. Také se vytváří pravidelně v ročních nebo kratších intervalech a jeho hlavní cílem je sledování, jak jednotlivé položky ovlivňují výsledek hospodaření. (Růčková, 2019, str. 33)

Tabulka 2 Výkaz zisku a ztráty (vlastní zpracování)

| Výkaz zisku a ztráty |
|--|
| Tržby |
| Tržby z prodeje služeb |
| Tržby z prodeje zboží |
| Provozní náklady |
| Nájem |
| Osobní náklady |
| Odpisy |
| Služby |
| Nákup zboží |
| Propagace |
| Provozní výsledek hospodaření (EBIT) |
| Finanční náklady |
| Finanční výsledek hospodaření |
| Výsledek hospodaření před zdaněním (EBT) |
| Daň z příjmu (19 %) |
| Výsledek hospodaření po zdanění (EAT) |

1.7.4 Výkaz Cash Flow

Výkaz Cash Flow je také účetní výkaz, který srovnává bilanční formou příjmy a výdaje a tím slouží k posouzení reálné finanční situace. Cash Flow se dá vypočítat dvěma způsoby. A to přímou metodou, kdy přímo sledujeme příjmy a výdaje podniku, nebo nepřímou metodou (výpočet v tabulce), která je častěji využívána. (Růčková, 2019, str. 36)

Tabulka 3 Cash Flow (vlastní zpracování)

| Cash Flow (nepřímou metodou) |
|---------------------------------|
| EAT |
| +odpisy |
| -přírůstek zásob |
| -přírůstek pohledávek |
| +přírůstek krátkodobých závazků |
| Cash Flow z provozní činnosti |
| -dělení zisku |
| -splátka dlouhodobého dluhu |
| Cash Flow z finanční činnosti |
| -nové investice |
| Cash Flow z investiční činnosti |
| Cash Flow celkem |

1.7.5 Finanční analýza

Finanční analýza má definici, která říká, že „*Finanční analýza představuje systematický rozbor získaných dat, která jsou obsažena především v účetních výkazech. Finanční analýzy v sobě zahrnují hodnocení firemní minulosti, současnosti a předpovídání budoucích finančních podmínek.*“ (Růčková, 2019, str.10) Hlavním cílem finanční analýzy je připravení podkladů pro kvalitní rozhodování o fungování podniku. Ukazatelů finanční analýzy je velké množství a tyto ukazatele odpovídají na otázky o finančním zdraví podniku. (Růčková, 2019, str.10-28)

Účetní výkazy obsahují přímé údaje, kterým říkáme absolutní ukazatele. Protože v rozvaze jsou údaje o stavu k určitému okamžiku, říkáme jim stavové ukazatele, naopak výkaz zisku a ztráty zaznamenává údaje za dané období, a proto jim říkáme tokové ukazatele. Z rozdílu stavových veličin vznikají rozdílové ukazatele, a když poměříme údaje vznikají poměrové ukazatele. (Knápková, 2017, str. 72)

Blíže se budu věnovat ukazatelům, které použiji i ve finanční analýze mého podniku, a to jsou ukazatele rentability ROA a ROS a ukazatel doba návratnosti.

- Rentabilita aktiv (ROA=Return on Assets) neboli produkční síla aktiv porovnává zisk s celkovými aktivy investovanými do podnikání, a to bez ohledu na kapitál, který podnik používá. Tento ukazatel měří výkonnost podniku a jak umí podnik generovat zisk z aktiv. Cílem této hodnoty je maximalizace, nebo také její stabilita a udržitelnost.
- Rentabilita tržeb (ROS= Return on Sales) porovnává čistý zisk s tržbami. Tento ukazatel udává, jaká část tržeb se zhodnotí až do čistého zisku. Stejně jako u rentability aktiv, je cílem maximalizace, stabilita a udržitelnost. Obecně by tato hodnota měla převyšovat 10 %.
- Doba návratnosti je časový úsek (nejčastěji počet roků) za který diskontovaná hodnota Cash Flow bude totožná s hodnotou počáteční investice.

1.7.6 Bod zvratu

„*Význam bodu zvratu je zjistit množství produkce, které nám zajistí, že nebudeme ve ztrátě. Je to takové množství produkce, při kterém se budou náklady a tržby rovnat. Výpočet bodu zvratu můžeme využít také k posouzení stupně využití výrobní kapacity. Čím je z tohoto pohledu bod zvratu vyšší, tím je firma méně odolná vzhledem k poklesu poptávky, a tím i k následnému poklesu produkce, protože se rychleji dostává do ztráty.*“ (Srpová, 2011, str. 31)

Bod zvratu se vypočítá $Q_{BZ} = FN / p - vn$, kde FN jsou fixní náklady, p je cena a vn jsou variabilní náklady na kus.

1.8 Hodnocení rizik

Riziko můžeme chápat jako negativní odchylku od cíle a nejvíce si ho spojujeme s nepříznivým dopadem. Proto je podstatné, abychom měli analýzu rizik, která nám pomůže odhalit rizika pro náš podnik, ale i to, jaká potřebujeme opatření. Jelikož každá riziková situace má svou příčinu, můžeme tak najít, jak se vyhnout, nebo aspoň zmírnit, dopad rizikové situace. Rizika můžeme dělit na ovlivnitelná a neovlivnitelná nebo také vnější a vnitřní. Podle věcné náplně dělíme rizika na technická, výrobní, ekonomická, tržní, finanční, politická aj. (Srpková, 2011, str. 32-33)

Analýza rizik se dá dělat třeba podle expertního hodnocení. Jde o odborný odhad významnosti faktorů rizika na vytyčené cíle firmy. Faktorům se dává určitá významnost pomocí dvou hledisek, a to pravděpodobností jejich výskytu a intenzity negativního vlivu. Samozřejmě tato analýza nemusí být přesná, protože záleží, jak moc dokážeme předpovídat rizika, a kdo tuto analýzu provádí. (Srpková, 2011, str. 33)

Dále můžeme provádět analýzu citlivosti. Ta zjišťuje citlivost hospodářského výsledku na faktory, které ho ovlivňují. Věnujeme se hlavně faktorům, která jsme zjistili v rámci expertního hodnocení jako významná a pomocí této analýzy se pokusíme zpřesnit dopady významných faktorů. (Srpková, 2011, str. 33)

Po zjištění významných rizik navrhne vhodné opatření, která nám pomohou snížit riziko. Mezi taková opatření třeba patří pojištění, rozšíření výrobního programu, dělení rizika, přesun rizika na jiné subjekty aj. (Srpková, 2011, str. 33)

PRAKTICKÁ ČÁST

2 Titulní strana

| | |
|-------------------------|--|
| Název podniku: | New Age Dance Club s.r.o. |
| Adresa podniku: | Ječná 524/41, Nové město, Praha 2, 120 00 |
| Majitelé podniku: | Natálie Heroldová Na Groši 1344/5 a, Hostivař, Praha 10, 120 00 |
| Právní forma podnikání: | Společnost s ručením omezeným |
| Předmět podnikání: | Provoz tanečního klubu |

Podnikatelskou náplní tohoto podniku bude provoz tanečního klubu, pořádání tanečních soutěží a workshopů, a prodej alkoholických a nealkoholických nápojů.

Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoli způsobem rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora.

3 Popis podniku

New Age Dance Club bude společnost s ručením omezeným, která bude provozovat taneční klub v Praze. Ten se bude zaměřovat na taneční zábavu, v podobě tanečních soutěží, tanečních workshopů, ale i také večerní a noční zábavě. Jedním důvodem k vytvoření tohoto podniku také bylo, že já jako zakladatelka, soutěžně tancuji a ráda bych byla schopna dávat dalším nadaným tanečnickům možnost se zlepšit, zasoutěžit si nebo si jenom užít tanec jako takový.

Podnik se bude nacházet v centru Prahy vedle náměstí I.P. Pavlova. Podnik si bude pronajímat prostory v podzemním patře budovy na adrese Ječná 41 a v blízkosti podniku se nachází velké množství obchodů, restaurací i služeb, což je také důvod, proč tato část žije jak přes den, tak i v noci.

Mezi jednu z hlavních činností podniku bude patřit provoz večerní diskotéky, kde bude možné si přijít zatančit, poslechnout hudbu nebo se obsloužit u baru. Druhou hlavní činností podniku bude pořádání pravidelných tanečních souborů a soutěží ve stylu Street Dance, kde se budou moci zúčastnit tanečníci jako jednotlivci, dvojice nebo malé skupiny. Mezi vedlejší službu bude patřit také pořádání tanečních workshopů s tanečními lektory, kteří budou vyučovat různé taneční styly Street Dance.

Podnik bude otevřen přes pracovní týden hlavně večer. Přes víkend bude i možnost různých denních tanečních workshopů, a možných soutěží, které se ale nebudou konat každý týden (nebo aspoň ne na začátku podniku). Budeme dávat i příležitost tanečním týmům nebo jednotlivcům si zamluvit naše prostory mimo otevírací dobu, jak už třeba pro trénink, nebo pro natočení tanečního videa a tak dále.



Obrázek 1 Umístění podniku (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021)

4 Cíle firmy a vlastníků

Posláním podniku je dát možnost lidem užít si tanec a hudbu v dobré společnosti a atmosféře. Zároveň si přeji přinést pozitivní vliv pro rozvoj mladých tanečníků a tanečních skupin.

Vizí podniku je stát se navštěvovaným a uznávaným místem pro tanečníky, který bude dobře hodnocený zákazníky pro naše služby.

Rozvoj mého podniku, z důvodu finančních prostředků, nemůže být okamžitý, proto ho plánuji po etapách. První etapa bude ještě před otevřením a ta bude hlavně o správném vybavení podniku. Aby podnik měl dobrou atmosféru, musí být vybaven hudební aparaturou, vhodným osvětlením a také by měl být tematicky dekorovaný a tím dodávat charakter mému podniku, aby se odlišil od ostatních. Ne na všechno budu mít hned dostatečné prostředky, a proto před otevřením podniku proběhne jen nutné vybavení. Postupně v prvním roce provozu budu dokupovat další potřebné věci.

V rámci prvního roku podniku plánuji zprovoznění hlavní místnosti, kde se nachází bar a taneční parket. Tato část podniku bude co nejlépe vybavena. Bude nainstalována samozřejmě hudební aparatura včetně DJ pultu, také bude plně vybavený bar. Jelikož můj podnik nebude ještě tolik známý, otevírací doba bude omezena na tři dny v týdnu, které se mi zdají nejvíc výdělečné, a to je čtvrtek, pátek a sobota. Zákazníci budou mít možnost přijít si zatančit, občerstvit se u baru (pouze nápoje a balené občerstvení, jako jsou brambůrky, arašidy atd.) a také zasoutěžit si v pátečním tanečním souboji.

Cíl pro druhý rok provozu je úplné vybavení podniku a zprovoznění obou menších místností, kde bude posezení pro hosty neboli odpočinková zóna. Také bude změna otevírací doby na čtyři dny v týdnu (čtvrtek, pátek, sobota a neděle). Mezi víkendové akce občas také zařadím denní taneční workshopy, po kterých bude večer navazovat taneční souboj ve stylu tance, který se ten den tanečníci měli možnost naučit nebo vylepšit při workshopech. Bude také možnost pro taneční týmy a jednotlivce si na stránkách podniku zarezervovat prostory k tanečním tréninkům a soustředění.

Po třech letech provozu se budu pokoušet o zvýšení úrovně pořádání pátečních tanečních soubojů na větší taneční soutěže, a také hlavně o zlepšení celých víkendových akcí. Tím myslím častější taneční workshopy s kvalitními českými i zahraničními tanečníky, které tyto workshopy povedou, nebo také víkendové akce, které budou zaměřeny zvláště na soutěžení. Mezi jiné také budu muset znovu investovat do hmotného majetku, protože při častém používání mohlo dojít k poškození nebo vybavení už je zastaralé. Otevírací doba v tomto roce by měla být 6 dní v týdnu (úterý, středa, čtvrtek, pátek, sobota a neděle) podle této tabulky:

Tabulka 4 - Otevírací doba (vlastní zpracování)

| Otevírací doba | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|----------------|--------|--------|--------|
| Pondělí | - | - | - |
| Úterý | - | - | 18-24 |
| Středa | - | - | 18-24 |
| Čtvrtek | 18-24 | 18-1 | 18-1 |
| Pátek | 18-24 | 18-3 | 18-3 |
| Sobota | 18-24 | 18-1 | 18-1 |
| Neděle | - | 18-1 | 18-1 |

V horizontu pěti let chci vybudovat dobré jméno podniku, které bude vypovídat o kvalitě mého podniku nejenom v taneční komunitě, ale také v celkovém pohledu veřejnosti. Mezi moje hlavní cíle patří zprovoznění dlouhodobého stabilně fungujícího podniku, do kterého se budou zákazníci rádi vracet. Také zajistit navrácení počáteční investice a získání dostatku výnosů pro pokrytí celkových nákladů v prvních pěti letech.

5 Analýzy

K vytvoření úspěšného podniku potřebuji znát ovlivňující faktory k realizaci podnikatelského plánu. Jelikož se podnik nachází v centru Prahy, tak to znamená, že bude mít i velkou konkurenci, ale také velké množství potenciálních zákazníků, kteří mohou navštívit můj podnik. Pro zakladatele je vhodné, aby se orientovali na trhu, věděli, jak zaujmout zákazníky nebo jak získat nové, a také jaká je jejich konkurence.

5.1 Analýza trhu

Pro analýzu trhu jsem zvolila Porterův model pěti sil, ve kterém se zaměřím na stávající konkurenci její slabé a silné stránky, na možnost nových vstupujících konkurentů na trh, na vyjednávací sílu jak zákazníků, tak i dodavatelů, a nakonec na hrozbu možných substitutů na trhu.

5.1.1 Zákazníci

Bez zákazníků by žádný podnik nemohl být úspěšný, a proto je důležité znát zákazníka podniku. Jelikož se můj podnik zaměřuje na dvě různé služby, má také dva segmenty zákazníků. První segment, který bude také hlavní cílovou skupinou podniku, je zaměřován na tanečníky, kteří se budou zajímat o taneční soutěže a workshopy. Druhý segment je zaměřen na zákazníky, kteří si chtějí užít večerní zábavu u baru nebo na tanečním parketu.

Hlavní cílovou skupinou zákazníků jsou tanečníci, kteří se věnují Street Dance. Jelikož tanečních studií v Praze, které učí Street Dance, není úplně malé množství, dohledatelných pomocí Google jich je 34. Jsou to ale studia, která se přímo věnují Street Dance. Pak jsou studia, která se věnují více tanečním stylům, mezi které patří Street Dance a těch je dalších 20. To znamená, že i počet tanečníků, kteří se zajímají o tento styl je veliký. Každé studio není zrovna velké a může učit třeba jenom 20 žáků dohromady, ale je minimálně deset pražských tanečních studií, která učí přes 300 tanečníků. Samozřejmě cílíme na věkovou skupinu 15+, nejlépe 18+, z důvodu prodávání alkoholických nápojů a také pozdní otevírací doby. Mezi většími tanečními studii je průměr sedmi týmů, které spadají do ideální věkové kategorie. Každý tým má okolo dvaceti tanečníků a tím by za jedno větší studio mohlo být až 140 tanečníků. Proto se tento segment dá odhadovat na 1000 až 2000 tanečníků. Takový tanečník se dá charakterizovat jako někdo, kdo se ve svém volném čase učí Street Dance, spadá do věkové kategorie 15+ a bydlí v Praze a okolí. Většinou takových tanečníků jsou studenti středních a vysokých škol, kteří tancem zaplňují svůj volný čas a používají tanec i pro získávání nových kamarádů, kteří mají stejné zájmy. Jelikož v Praze doposud jiný klub, který by pořádal každý týden taneční souboje ve Street Dance není, tak můžeme na tuto skupinu lehce zacílit. (Mapy Google, 2021; BDS Academy, 2021; FDS, 2021; Taneční centrum HDC, 2021)

Druhým segmentem jsou zákazníci, kteří mají zájem o posezení u baru nebo zatančení si na tanečním parketu. Taková skupina není tak lehce určitelná, ale mezi její největší část patří dospělí studenti, kteří vyhledávají noční zábavu, v podobě baru nebo nočního klubu. V Praze je 56 vysokých škol, z toho je 7 větších. (Seznam škol v ČR, 2021; VysokeSkoly.cz, 2021) Podle Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy bylo v roce 2020 v Praze přibližně 110000 studentů. Praha je plná studentů a velká část má zájem o noční život, který náš podnik může nabídnout. Takových podniků, které by mohly naplnit tento velice obecný zájem, je hodně. Ale to i zákazníků v tomto segmentu, a protože je tento segment pro mě vedlejší, tak proto je i potenciál dostačující.

5.1.2 Stávající konkurence

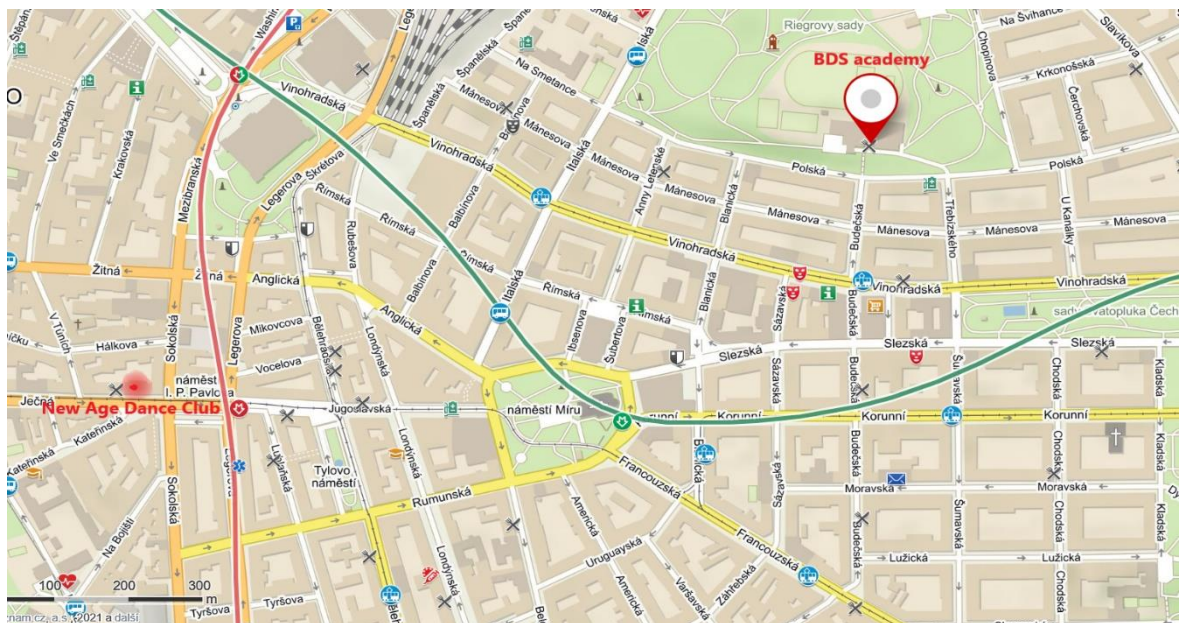
Stejně jako u zákazníků, tak i u konkurence je zaměření na dvě služby mého podniku. První službou je pořádání tanečních soubojů, soutěží a víkendových workshopů. V této službě nám mohou konkurovat samotná taneční studia nebo pořadatelé tanečních soutěží. Druhou službou je provozování večerní diskotéky s barem, kde nám konkurují ostatní pražské kluby, které provozují bar s možností posezení, nabízejí možnost tance na tanečním parketu, vystoupení nějakého DJ nebo interpreta, a které mají většinou tematický program a podobnou otevírací dobu.

Do první skupiny konkurence zařadím tři největší konkurenty, mezi které patří BDS Academy, Hladík Dance Center a Fantasy Dance Studio. Každý z těchto konkurentů poskytuje taneční lekce zaměřené na Street Dance, různé taneční workshopy a tak dále. Jsou to konkurenti podniku, protože poskytují stejně jako můj podnik taneční workshopy. Ne každý tanečník má zájem o více jak dvě nebo tři lekce týdně, a protože to je normální množství v tanečním studiu, tak hrozí, že bude menší zájem o víkendové akce. Dalším důvodem je, že tato studia mají soutěžní týmy, pro které určuje každé studio, kde budou soutěžit. Soutěže mého podniku budou zaměřeny spíše na jednotlivce nebo dvojice, proto se mohou stát doplňkem pro tyto soutěžící tanečníky. Také ale hrozí, že nebudou mít čas se věnovat těmto aktivitám, protože budou plně soustředěni na soutěže určené pro celý tým.

BDS Academy

Naším hlavním konkurentem je BDS Academy, nejenom že poskytuje taneční workshopy jak celoroční, tak i jednorázové, ale také pořádají taneční soutěže a souboje. BDS Academy byla založena v roce 2006 a od té doby postupovala jen dále nahoru. BDS Academy patří mezi největší taneční studia Street Dance v celé České republice. Nejenom, že mají lekce v Praze, mají je i v dalších 12 městech ČR. Díky tomu jejich studio navštěvují stovky tanečníků od věku čtyř let. BDS Academy poskytuje workshopy, které jsou vedené dlouhodobými profesionálními tanečníky Street Dance. Z tohoto důvodu i taneční týmy v BDS dosáhly skvělých titulů, třeba jako mistři ČR nebo dokonce v některých letech mistři světa, v různých kategoriích. Jelikož většina lekcí a workshopů probíhá v BDS přes pracovní dny, tak je možné navázat spolupráci, s mož-

ností propagace a zúčastnění se víkendových akcí nebo se také mohou domluvit s lektory v BDS Academy o možnost vyučování na workshopech mého podniku. To ale neznamená, že toto studio pro mě není konkurencí. BDS pořádá stejně jako můj podnik taneční soutěže a soubory a mají daleko delší tradici a přímý přístup k stálým tanečnickům na rozdíl od mého podniku. Mají každoroční taneční soubor a soutěž „Pražské K.O.“, který pořádají už od roku 2006 a kterého se běžně účastní přibližně 1000 tanečníků, a za tu dobu si tato soutěž vybudovala velkou prestiž. Mezi jiné jejich soutěže patří „Zemské kolo formací CDO“, ta má účast okolo 3000 tanečníků. Také taneční soubor „Systematic battle“ může být konkurencí, protože to je soubor pořádaný v prostorech BDS několikrát za rok. (BDS Academy, 2021)



Obrázek 2 Umístění podniku BDS Academy (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021)

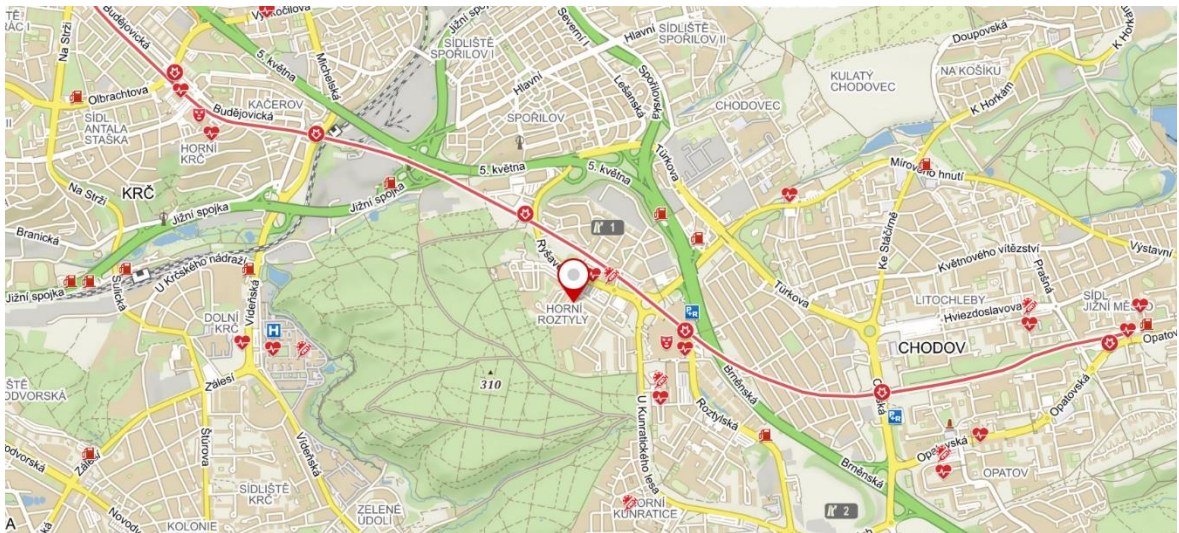
Hladík Dance Center

HDC je pražské taneční studio, které poskytuje celoroční lekce Street Dance, ale také jednorázové open class. HDC bylo založeno v roce 2004 a stejně jako BDS patří mezi uznávaná taneční studia, která jsou vedena profesionálními tanečníky s celorepublikovou reputací. HDC patří do největších pražských studií, protože mají po celé Praze až 35 týmů, které vyučují v několika prostorách. Některé týmy v HDC se také zasloužily titulu mistra ČR. Stejně jako u BDS, probíhají lekce přes pracovní dny, a proto je také možná spolupráce mezi naším podnikem a HDC. Na rozdíl od BDS, HDC nepořádá taneční soutěže nebo soubory, ale pořád jsou konkurencí, protože uspokojují zájem potenciálních zákazníků mého podniku, v podobě lekcí, tanečních open class nebo jiných tanečních akcí. (Taneční centrum HDC, 2021)

Fantasy Dance Studio

FDS je také pražské taneční studio, které poskytuje celoroční lekce anebo jednorázové workshopy a jiné akce. FDS bylo založeno v roce 2002 a od té doby jenom rostlo. FDS má velice kvalitní lektory, mezi které se řadí i třeba mistři světa v různých stylech Street

Dance, a díky tomu patří mezi nejlepší taneční studia v ČR. Jelikož i já jako zakladatelka patřím mezi členy FDS, je daleko lehčí navázání užší spolupráce s FDS. Po domluvě mohu počítat s propagací mého podniku a mých akcí, ale také s vedením některých workshopů. Vzhledem k tomu, že se FDS velmi věnuje osobnímu rozvoji jednotlivých tanečníků, tak i taneční soubory mého podniku mohou doplňovat výuku a uskutečnění teorie v praxi. Mezi jiné akce FDS patří i FDS XMAS, při této akci probíhají vystoupení některých týmů a lektorů FDS, ale také v rámci této akce pořádají taneční soubor pro začátečníky a pokročilé. (FDS, 2021)



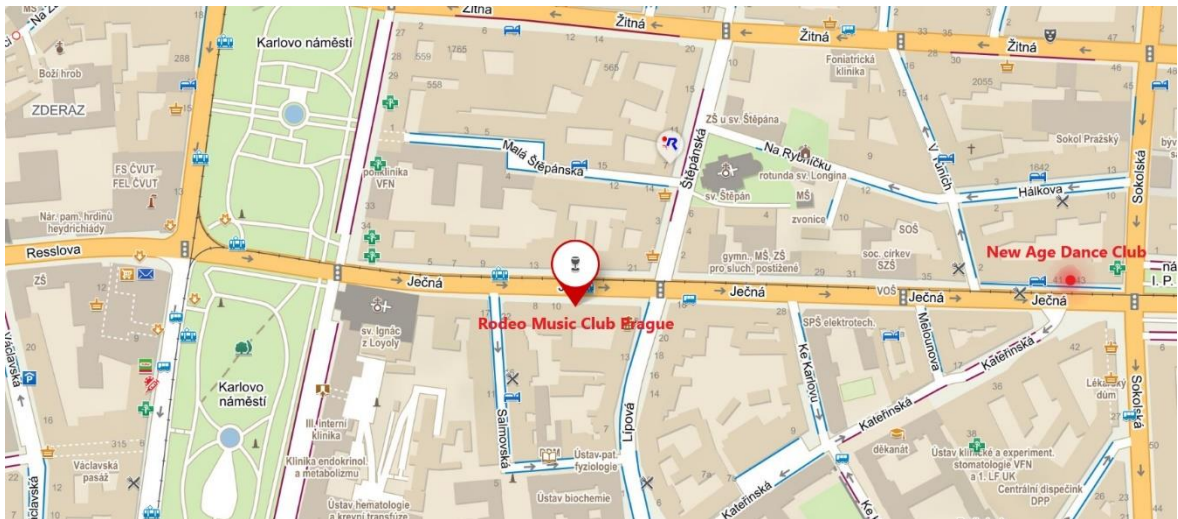
Obrázek 3 Umístění podniku FDS (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021)

Druhá skupina konkurence se zaměřuje na podniky, které uspokojují zájem mého druhého segmentu zákazníků. Tento zájem je večerní a noční zábava v podobě posezení u baru nebo zatančení si na tanečním parketu. Takových podniků v Praze je velké množství, podle vyhledávání Google je možné dohledat až 220 podniků. Proto bych se zaměřila na nejbližší konkurenty, a to jsou Rodeo Music Club Prague a Retro Music Hall-EDM Club. Vybrala jsem si pro analýzu tyto dva podniky, protože poskytují stejnou službu, dodržují podobnou otevírací dobu a nachází se velmi blízko mému podniku.

Rodeo Music Club Prague

Rodeo provozuje podnik s barem a možností tance, ve stejné ulici jako náš podnik. Svou marketingovou strategií se hodně zaměřují na studenty, a proto patří mezi naše největší konkurenty. Rodeo už je nějakou dobu na trhu a díky tomu už si vybudovali určitou reputaci, která je spíše pozitivní. Na rozdíl od našeho podniku má Rodeo větší zaměřenost na provoz baru a také na možnost koncertů a pronájmu klubu k firemním

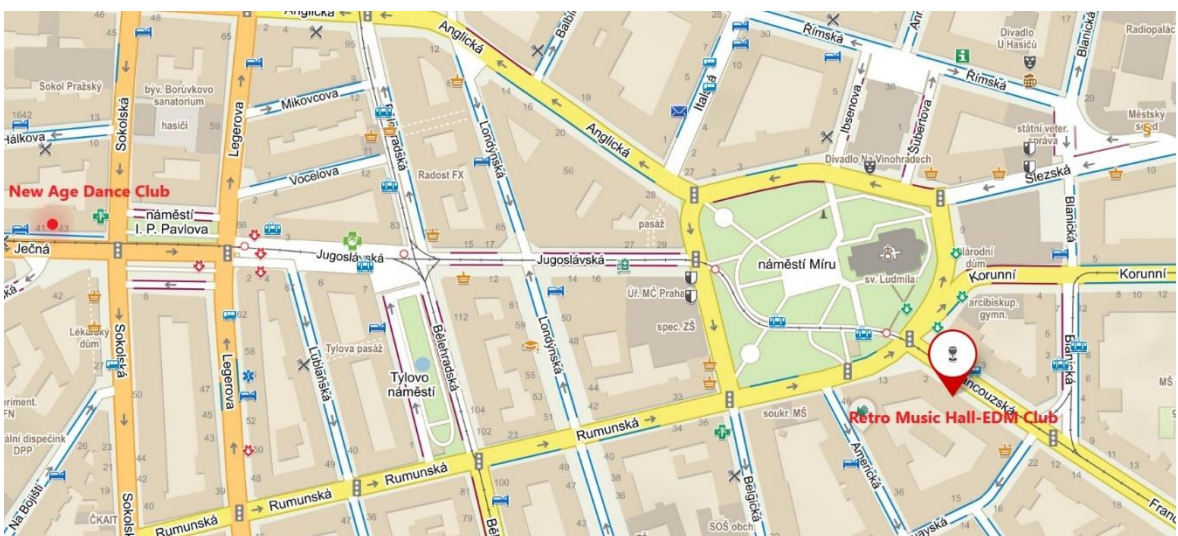
večírkům atd. Rodeo pro můj podnik může být velkou inspirací v zaměření se na studenty v podobě slevových akcí na nápoje a podobně. (RODEO Music Club Prague, 2021)



Obrázek 4 Umístění podniku Rodeo Music Club Prague (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021)

Retro Music Hall-EDM Club

Retro je dlouhodobým podnikem na trhu, patří mezi nejznámější kluby v Praze. Má k dispozici velký prostor, který se skládá ze dvou pater. Proto také tento podnik má dokonce dva bary, dost míst k posezení a stále velký taneční parket s pódium. Stejně jako Rodeo pořádá koncerty a pronajímá prostory k firemním večírkům atd. Z důvodu dlouhé historie, úspěchům a velké popularity, se stalo Retro oficiálním klubem Evropy 2, což je samo o sobě známkou kvality, také má i Retro velké sponzory jako je Coca-cola nebo Staropramen. Pro můj podnik může jít za vzor v kvalitě vybavení, využití prostoru nebo také stylovým designem v podobě světelné show. Vybudování aspoň částečné pověsti jako má Retro, by byl pro můj podnik neuvěřitelný úspěch. (Retro Music Hall, 2021)



Obrázek 5 Umístění podniku Retro Music Hall-EDM Club (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021)

Jelikož náš podnik poskytuje obě služby najednou získává tím konkurenční výhodu, protože v Praze není žádný jiný podnik, který by dělal tuto kombinaci služeb.

5.1.3 Potenciální konkurence

Bariéry vstupu nových konkurentů na trh, nejsou nějak obzvláště výrazné, což není dobré pro můj podnik. Praha je velmi atraktivním místem pro podniky, s typem služeb, které provozuje můj podnik. Samozřejmě jednou bariérou jsou finanční prostředky, protože je potřeba buď vlastnit nebo si pronajímat nemovitost ne malé velikosti v centru Prahy, a k tomu se nabalují další náklady na provoz. Také se může stát, že podnik, který už je na trhu se službou diskotéky, může přidat jako novou službu taneční soutěže. V tomto případě můj podnik, ztrácí konkurenční výhodu jedinečnosti na trhu, ale protože v tomto oboru můj podnik bude delší dobu, bude mít výhodu větší zkušenosti a také více kontaktů.

5.1.4 Dodavatelé

Mezi hlavní dodavatele našeho podniku patří ti, kteří budou dodávat nápoje a občerstvení do našeho baru. Jelikož budu uzavírat dodavatelskou smlouvu na určitý sortiment, tak dodavatelé budou mít silný vliv na můj podnik. Pomocí této smlouvy, ale budu odebírat zboží levněji a také to bude urychlovat proces nákupu zboží. Další dodavatelé poskytují hudební aparaturu. Tito dodavatelé nemají silný vliv na náš podnik, protože na trhu je velké množství potenciálních dodavatelů hudební aparatury.

5.1.5 Substituty

Substituty mého podniku mohou být například bary, hudební kluby nebo i hospody. Substituty hlavně vidíme ve službě noční diskotéky a provozu baru. Jelikož největší klientelou budou studenti, kteří se mohou i nemusí zajímat o tanec, hrozí nám nahrazení samotným barem, kde bude větší klid a příležitost k posezení s přáteli. Nebo se třeba budou zajímat více o hudbu, a dají přednost hudebnímu klubu, který se specializuje na živou muziku.

5.2 PEST Analýza

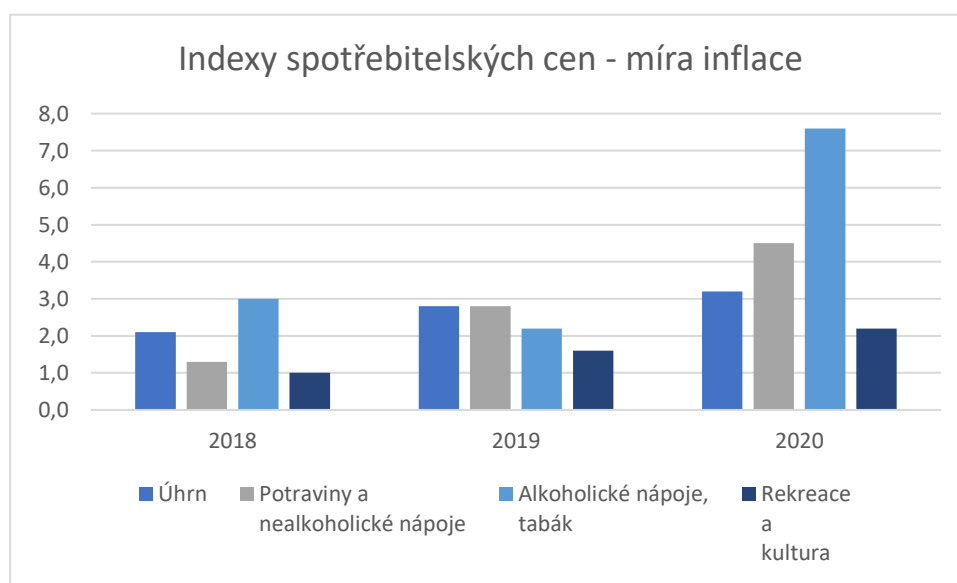
Pomocí PEST analýzy si zjistíme možné faktory okolního prostředí, které můžou ovlivnit můj podnik a jakým způsobem.

- a) Politicko-legislativní faktory – Vzhledem k politické situaci se dá říct, že Česká republika je stabilní země, která je ukotvena ve středu Evropy. I z důvodu členství v Evropské Unii, považuji Českou republiku za stabilizovanou zemi. Mezi významnější destabilizační prvky může patřit obnova politických stran každé čtyři roky. Jelikož se mění vláda, mohou se měnit i zákony, které by mohly ohrozit můj podnik.

Můj podnik stejně jako každý jiný se musí řídit platnými zákony a vyhláškami v ČR, které se vztahují k činnosti mého podniku. Mezi ty patří:

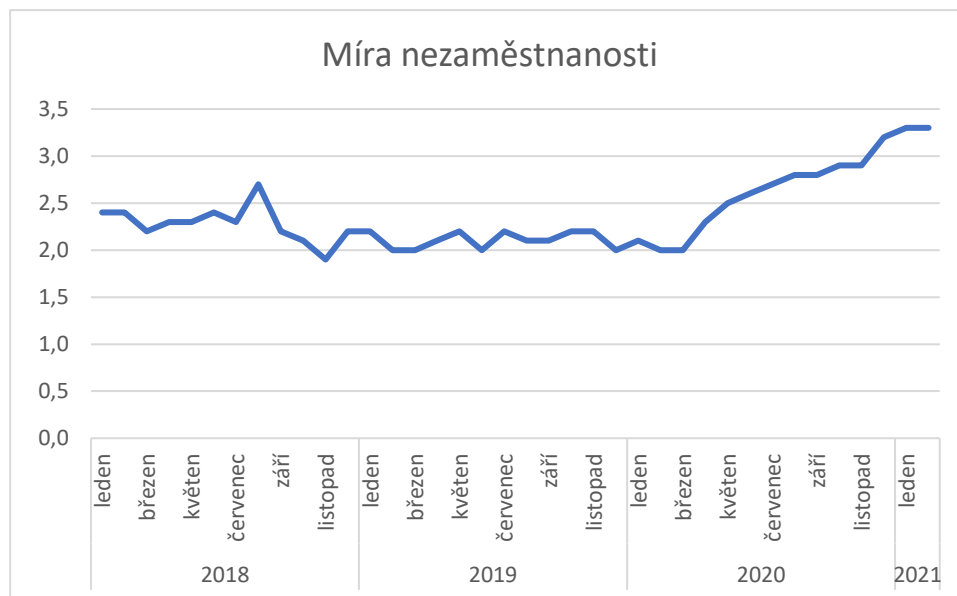
- Zákon o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb.
- Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník
- Zákon o zpracování osobních údajů č. 110/2019 Sb.
- Zákon o daních z příjmů č. 586/1992 Sb.
- Zákon o DPH č. 235/2004 Sb.
- Zákoník práce č. 262/2006 Sb.
- Zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb.
- Zákon o účetnictví č. 563/1991 Sb.
- Živnostenský zákon č. 455/1991 Sb.

b) Ekonomické faktory – Mezi ekonomické faktory patří například zdražování zboží, které je potřeba pro fungování mého podniku. Například zdražení nápojů by pro mě znamenalo zdražení i nápojů, a to by mi mohlo odradit zákazníky. Podle Českého statistického úřadu se v posledních třech letech inflace zvyšuje a po pandemii COVID-19 se tento trend bude pravděpodobně opakovat.



Obrázek 6 Graf míry inflace (vlastní zpracování podle dat z Českého statistického úřadu)

Dalším ukazatelem může být i míra nezaměstnanosti. Jelikož v roce 2020 při pandemii stoupla, tak naznačuje to, že je více lidí, kteří nebudou mít prostředky k využívání služeb mého podniku.



Obrázek 7 Graf míry nezaměstnanosti (vlastní zpracování podle dat z Českého statistického úřadu)

- c) Sociálně-kulturní faktory – Podle Českého statistického úřadu (2020) žije v Praze přibližně 1,3 miliónů obyvatel. Trend nárůstu obyvatel v Praze stále stoupá a nárůst nových mladých tanečních talentů v Praze patří mezi vnější aspekty, které by mohly přinést víc účastníků soutěží nebo také nové lekory workshopů, tudíž i větší kvalitu akcí. Také by se mohla zvednout popularita Street Dance u mladých tanečníků a tím pádem i více potenciálních zákazníků. Ale stejně jako by mohla narůst popularita Street Dance, tak by se trh mohl zahustit stejným typem služeb jako je pořádání soutěží, a ohrozit náš podnik úbytkem účastníků a diváků. Lásku k tanci a sportu obecně si buduje hodně dětí už v malém věku. Podle Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy (2020) dvě třetiny 11-15letých organizovaně sportují. Problém je, že s rostoucím věkem těchto dětí ubývá. Hodně sportů je už po určité věkové hranici pro nově začínající moc náročný. Výhodou je, že Street Dance není jedním z nich. Street Dance je zajímavý právě i pro starší, a protože není tak náročný, je většina tanečníků Street Dance starších 15 let.
- d) Technologické faktory – Tyto faktory se mého podniku moc netýkají, protože k provozování mých služeb nepotřebujeme žádné mimořádné technologie. Samozřejmě vývojem technologie v oblasti hudby (aparatura, ozvučení, světla atd.) a jejich šíření na trhu by se mohla snížit cena a tím mi snížit náklady. Další technologii, kterou používám je internet a možnost internetových reklam skrz webové stránky podniku, Facebook, Twitter nebo i reklama pomocí Google vyhledávání. Personální reklamy se stále rozvíjejí a pomocí toho by se mohlo dostat i lepší oslovení zákazníka.

5.3 SWOT analýza

Po vyhodnocení interních i externích faktorů byla zvolena analýza SWOT, která poukazuje jak na silné, tak i slabé stránky podniku. Poté identifikuje příležitosti a rizika podniku, která sice neovlivním, ale když budu vědět, že to riziko může nastat, tak mám i možnost připravit se na ně. K analýze použiji tabulku, která se bude dívat na jednotlivé faktory.

Tabulka 5 - SWOT analýza (vlastní zpracování)

| | |
|--|---|
| <p><u>Silné stránky</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Lokalita v centru Prahy• Lehká dostupnost pomocí MHD• Příjemná a vyškolená obsluha• Dobrá atmosféra | <p><u>Slabé stránky</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Špatná dostupnost pomocí auta• Nový podnik• Nedostatečná zkušenost zakladatele ve vedení podniku• Závislost na pronajímateli |
| <p><u>Příležitosti</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Velký počet tanečníků v Praze• Počet služeb, které podnik provozuje• Možnost spolupráce s konkurenty | <p><u>Hrozby</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Zvýšení nájemného• Zničení nebo vykradení vybavení podniku• Uzavření podniku z důvodu pandemie nebo jiných legislativních důvodů |

K silným stránkám podniku patří zejména poloha v centru Prahy. V okolí se lehce dá najít třeba restaurace nebo kavárna, také se dá lehce transportovat pomocí MHD, protože zastávka metra, tramvaje i autobusu je pouhých 100 metrů od podniku. Podnik také bude zaměstnávat příjemnou obsluhu, která bude mít zkušenosti a potřebné schopnosti, a tím bude zlepšovat zážitek z návštěvy podniku. Mezi další pozitiva patří i dobrá atmosféra, která je tvořena dobrým výběrem hudby, příjemným prostředím a také dobrou společností.

Z důvodu polohy v centru Prahy také hrozí, nedostupnost pomocí auta, protože zde není dostatečně velký počet dostupných parkovacích míst. Toto sice nebude takový problém při večerním programu, protože málo lidí pojedou na diskotéku autem, ale mohlo by to omezovat zákazníky, kteří mají zájem o denní workshopy. Také bude důležité nalákat zákazníky k návštěvě nového podniku a poté se i osvědčit, aby zákazníci dobře ohodnotili podnik a aby se k nám vrátili. Z důvodu mé nezkušenosti, může hrozit špatné rozhodnutí o podniku, nebo jenom nedostatečné využívání konkurenční výhody. Podnik je také v pronajímaných prostorách, a proto hrozí přestěhování nebo dokonce úplné zrušení podniku.

Příležitostí mého podniku je velký počet Street Dance studií, která jsou plné mladých ambiciózních tanečníků, kteří mohou mít zájem o taneční soutěže, workshopy nebo i

možnost si přijít zatančovat k nám. Jelikož se podnik nezaměřuje jen na provoz večerní diskotéky a baru, který má velkou konkurenci, ale také i na taneční soutěže a workshopy, získáváme tím možnosti jiných a nových zákazníků a také větší produktivitu. Jelikož mám příležitost spolupracovat s konkurencí a doplňovat služby podniku, tak tím mohu získat víc zákazníků pro můj podnik.

K největším hrozbám mého podniku patří třeba zvýšení nájemného, zvláště v období počátečního provozu. Hrozí, že nebude podnik dostatečně výdělečný, a proto schopný zaplatit fixní náklady. Poškození vybavení nebo dokonce ukradení vybavení podniku je další hrozba, která může nastat. Podnik se škodám z této hrozby bude snažit zabránit pomocí pojištění a dostatečného dohledu nad podnikem. Jelikož v poslední době bylo velké ohrožení jakéhokoliv podnikání z důvodu pandemie COVID 19, tak bych měla brát v úvahu i možnost, kdy budu nucena zavřít svůj podnik z důvodu zdraví veřejnosti nebo i jiných důvodů.

6 Marketingový plán

Základem mého marketingového plánu je marketingový mix, který se dá použít jako prostředek rozvoje vztahu mezi zákazníkem a službou mého podniku. Jelikož se nacházím v sektoru služeb budu používat 7P: product, price, place, promotion, people, process, physical evidence.

6.1 Produkt

- a) Hlavní službou mého podniku je pořádání tanečních soubojů, soutěží a workshopů. Můj podnik bude nabízet taneční souboj každý pátek, kde si mohou přijít zasoutěžit jak jednotlivci, tak i dvojice. Souboj bude rozdělen na začátečníky a pokročilé, aby se nebáli zúčastnit i tanečníci, kteří nemají takovou zkušenost. Také je možnost se přijít jen podívat na taneční souboj. Další službou mého podniku je takzvaná víkendová akce, která nabízí přes den taneční workshopy (třikrát za den 90minutová lekce) v různých stylech Street Dance a s různými lektory. Večer bude na tyto workshopy navazovat taneční souboj zaměřen na styly, které se vyučovaly při denních workshopech. Částí večerního programu bude také vystoupení, které si připraví lektoři denních workshopů. Tanečník bude mít možnost se přihlásit na jeden i na všechny lekce, ale musí se přihlásit přes webové stránky podniku, aby nenastal problém s kapacitou. Do tanečního souboje nebo soutěže se také registruje pomocí webových stránek, s tím že musí zaplatit soutěžní vstupné a několik prvních umístění dostane nějakou předem určenou odměnu.
- b) Druhou službou podniku je provoz tanečního klubu, kde mají možnost si lidé zatancovat na tanečním parketu nebo se obsloužit u baru. Jelikož tancování může být velice únavné, zákazníci budou mít příležitost si objednat nápoj u baru a sednou si k němu ve vedlejší místnosti, kde bude větší klid pro konverzaci mezi přáteli.

6.2 Cena

- a) Při konání tanečních workshopů má tanečník možnost se přihlásit na jeden workshop v ceně 400 Kč, ale když se rozhodne pro více, tak bude mít postupnou množstevní slevu, kdy ho dva workshopy budou stát jen 350 Kč na jeden a tři 300 Kč za jeden. Při tanečních workshopech bude omezená nabídka nápojů u baru na pouze nealkoholické nápoje, které také budou levnější oproti večerním cenám. Pro vstup do tanečního souboje se platí 100 Kč pro začátečníky a pro pokročilé 150 Kč. Když zákazník nesoutěží, ale chce se jenom podívat na soutěž, tak je vstup 100 Kč.

- b) Cena normálního vstupu bez žádné speciální akce (soutěže a workshopy) se přizpůsobuje ostatním konkurentům, kteří vybírají vstupné, které normálně stojí 100 Kč. Stejně se do určité míry přizpůsobují konkurenčním cenám nápojů, kde alkoholické koktejly stojí od 90 Kč po 150 Kč, nealkoholické koktejly mezi 80 Kč a 100 Kč, nealkoholické nápoje kolem 40 Kč atd. Můj podnik se chce přizpůsobovat nižší hranici cen, aby měl jistou výhodu a také bude nabízet různé slevové akce, jako sleva na určité nápoje v určitý den, nebo studentská sleva na vybrané nápoje.

6.3 Místo

Podnik se bude nacházet v centru Prahy vedle náměstí I.P. Pavlova, na kterém se nachází stanice metra C, autobusů a tramvají I.P. Pavlova. Další blízká zastávka tramvaje směrem na Karlovo náměstí je Štěpánská, druhým směrem je zastávka metra A Náměstí míru. Proto je i lehká dostupnost pomocí MHD, kde na zastávku I.P. Pavlova jezdí autobusy, tramvaje a také metro. V blízkosti podniku se nachází velké množství obchodů, restaurací i služeb, což je také důvod, proč tato část žije jak přes den, tak i v noci.

Podnik si bude pronajímat prostory, které se nacházejí v podzemním patře patrové budovy v ulici Ječná 41. Budova je smíšeného původu, v přízemním patře jsou obchody nebo restaurace, ale další tři vrchní patra jsou obytná. Jelikož se klub nachází v podzemním patře a obytná patra mají rozestup, tak se i zabraňuje hluku. Prostory mají hlavní místnost, ve které se bude nacházet bar, několik míst k posezení a taneční parket s menším pódiem. Prostory mají také další dvě menší místnosti, ve kterých bude možnost si sednout u stolu a občerstvit se. Při pořádání workshopů se tyto místnosti budou používat jako šatny pro odložení kabátů pro zákazníky. Mezi další části prostor patří kromě šatny i ženské a mužské záchody, menší kuchyně, kancelář a také prostor pro zaměstnance, ve kterém bude šatna a sociální zařízení. (REMAX Česká republika, 2021)

6.4 Propagace

- a) Pro první segment bude důležitá propagace v pražských tanečních studiích, se kterými budu komunikovat, před otevřením podniku. Značnou výhodou je, že jsem členem tanečního studia FDS, a proto nebude pro mě spolupráce s tímto studiem složitá. Komunikace s dalšími studii nemusí být jednoduchá, ale neočekávám velké obtíže v tomto ohledu. Tanečník bude mít největší zájem o taneční soubor nebo workshop po doporučení jeho trenéra. Jelikož se informace dozví najednou s přáteli, kteří sdílejí stejný koníček, tak se taky lehce mohou domluvit, že přijdou spolu. Z toho důvodu budu prosazovat slovní reklamu a doporučení s možností dohledání všech potřebných informací na webových stránkách a sociálních sítích podniku. Každá událost bude dohledatelná na

Facebooku, kde budou základní informace a možnost i vidět, kdo má o tuto událost zájem, nebo se zúčastní, a následně po akci budou přidané fotografie z této akce. Podnik bude mít i účet na Instagramu, kde budu přidávat reklamní videa a fotografie se základními informacemi o akci.

- b) Propagace pro druhý segment se nedá tak zaměřit jako u prvního. Hlavní propagací proto bude webová stránka mého podniku a účty na sociálních sítích jako je Facebook a Instagram. Při delším fungování podniku bych se i zaměřila na zlepšení vyhledávání pomocí Google Ads programu, protože většina potenciálních zákazníků si hledá možné podniky k navštívení pomocí Google a Mapy Google. Proto bych se zaměřila na zobrazování mé webové stránky při vyhledávání podobných podniků a celkové zmínce jakékoli služby, kterou tento podnik poskytuje. Díky tomu by webová stránka byla lehce dohledatelná jak ve vyhledávači, tak i na mapách Google.

6.5 Lidé

Aby podnik správně fungoval musí mít dostatek kvalitních zaměstnanců. Jelikož první rok bude podnik teprve budovat pověst a popularitu, bude klub fungovat jen v určité dny, a proto si můžeme dovolit zaměstnávat méně lidí. Podnik bude vedený mnou a já také budu vypomáhat ze začátku na jakékoli jiné pozici. Mezi potřebné zaměstnance na počátku podnikání bude patřit obsluha baru, což bude jeden barman. Jeden člen ostraha, který bude hlavně kontrolovat zákazníky, aby nehrozilo žádné nebezpečí ostatním zákazníkům. Jednu šatnářku, která bude mít na starosti nejen šatnu, ale také vybírání vstupného. Také budu muset najmout aspoň jednoho stálého dýdžeje, který bude mít na starost výběr hudby a ovládání hudební aparatury. Na speciální akce bude potřeba sehnat taneční lektory a fotografa. Taneční lektory budu jednotlivě vybírat po domluvě. Všichni, kromě tanečních lektorů, budou placeni hodinovou mzdou na dohodu o pracovní činnosti. Aby se tato dohoda neporušovala, budu v dalších letech zaměstnávat na každou pozici aspoň dva zaměstnance, kteří se budou střídat. Podnik si bude také najímat úklidovou službu, aby podnik byl čistý a působil dobrým dojmem.

6.6 Procesy

- a) Proces při pořádání tanečního souboje bude probíhat tak, že se soutěžící přihlásí do souboje na webové stránce, nebo když bude dostatečná kapacita, tak se může přihlásit i osobně, ale bude dáována přednost tanečnickům, kteří se přihlásí včas. Při příchodu do klubu ostraha udělá prohlídku, jestli zákazník nemá s sebou nějaké zbraně a nebezpečné předměty, také zkontroluje věk a zákazník dostane správnou barvu náramku podle toho, jestli je starší, nebo mladší 18 let. Přesný časový rozpis jednotlivých akcí bude zveřejněn dopředu, takže soutěžící bude vědět, co ho čeká, a jak se připravit.

Proces při pořádání workshopů bude do určité míry podobný, ale přidá se proces organizování, který budu zařizovat já a bude se skládat z přípravy odměn,

seznamu účastníků, možné registrace atd. Při pořádání workshopů se změní postup při organizaci a vybírání peněz, a tyto postupy budu zařizovat také já.

- b) Proces zákazníka při normálním chodu podniku bude takový, že u vchodu ho prohlédne ostraha, jestli nemá s sebou nějaké zbraně a nebezpečné předměty, také zkontroluje plnoletost pomocí občanského průkazu nebo jiného dokladu totožnosti. Poté zaplatí vstupné a bude si moci odložit kabát do šatny. Barman bude dodržovat postupy přípravy nápojů, které jsou jasně dané. DJ přijde před otevírací dobou a zprovozní hudební aparaturu.

6.7 Materiální prostředky

K fungování podniku potřebujeme hudební aparaturu, která se skládá z DJ pultu a také ozvučení celého používaného prostoru, vybavený bar, nábytek do dvou menších místností, který se skládá z posezení a stolů, a velmi důležité ovladatelné osvětlení celého tanečního parketu. Jelikož v druhém roce provozu podniku, budu pořádat i taneční workshopy je nutné i zakoupení pojízdných zrcadlových stěn. Také je ale důležité, aby podnik měl charakter, kterého dosáhne pomocí designu. Jelikož původ stylu Street Dance byl na ulici, jak už se dá poznat z názvu, tak bych chtěla, aby hlavní stěna velké místnosti měla na sobě graffiti. Celkový design podniku bude mít pouliční téma.

7 Finanční plán

7.1 Zakladatelský rozpočet

Na začátku podnikání je důležité si uvědomit kolik bude muset podnikatel investovat do všeho vybavení, aby byl schopný pokrýt všechny počáteční výdaje prvních dvou měsíců. Tyto výdaje se počítají pomocí zakladatelského rozpočtu. V tabulce níže jsou uvedeny všechny výdaje prvních dvou měsíců provozu mého podniku.

Tabulka 6 Zakladatelský rozpočet (vlastní zpracování)

| Zakladatelský rozpočet (první dva měsíce) | |
|---|-------------------|
| Založení s.r.o. | 6 000 Kč |
| Nájem | 140 000 Kč |
| Vybavení baru | 130 000 Kč |
| Zásobení baru | 70 000 Kč |
| Barové židle | 25 500 Kč |
| Barové stoly | 10 760 Kč |
| PA Systém | 8 290 Kč |
| Mixážní pult | 2 390 Kč |
| Osvětlení | 5 840 Kč |
| Webová stránka | 4 000 Kč |
| Osobní náklady | 64 800 Kč |
| Pokladna EET | 6 270 Kč |
| Celkem | 473 850 Kč |

Po vypočtení mi vyšla částka 473 850 Kč. Jelikož toto není malá částka tak na pokrytí těchto nákladů využiji jednorázový spotřebitelský úvěr u Komerční banky na 550 000 Kč, který budu splácet 5 let měsíčními splátky s pevnou úrokovou sazbou 3,8 %. Tento úvěr bude napsaný na mě jako fyzickou osobu a budu ho ručit svým příjmem v mém stálém zaměstnání. Tyto spotřebitelské úvěry nabízí Komerční banka všem klientům, kteří mají běžný účet KB a jsou schopni doložit jejich příjmy (s ověřením zaměstnavatele) a výdaje. Pomocí toho úvěru budu financovat počáteční náklady prvních několika měsíců. Já k tomu ještě přidám dalších 150 000 Kč, které budou sloužit k doplácení dalších nákladů a investic.

7.2 Kalkulace

V této kapitole objasním kalkulace, které budu v budoucích kapitolách používat. Mezi výpočty budou patřit kalkulace: tržeb, osobních nákladů, služeb, propagace, úvěru a odpisů.

7.2.1 Kalkulace tržeb

Tržby se nedají tak lehkou odhadnout, protože nevím přesnou návštěvnost mého podniku. Ta se ale může odhadnout pomocí návštěvnosti konkurence. Nemůžu očekávat, že v prvním roce budu mít stejnou návštěvnost jako podnik, který má už vybudovanou pověst, ale může se podle toho orientovat. Návštěvnost tanečního klubu se samozřejmě mění podle jednotlivých dnů. Proto jsem připravila tabulku odhadované návštěvnosti na první tři roky.

Tabulka 7 Odhadovaná návštěvnost (vlastní zpracování)

| Návštěvnost (počet zákazníků) | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-------------------------------|--------|--------|--------|
| Pondělí | - | - | - |
| Úterý | - | - | 40 |
| Středa | - | - | 45 |
| Čtvrtek | 35 | 45 | 55 |
| Pátek | 70 | 90 | 120 |
| Sobota | 50 | 70 | 90 |
| Neděle | - | 45 | 55 |
| Průměrně zákazníků za týden | 51,67 | 62,50 | 67,50 |

Tabulka 8 Odhadovaná účast na tanečních akcích (vlastní zpracování)

| Účast tanečních akcí (počet tanečníků) | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|--|--------|--------|--------|
| Páteční taneční souboj | 20 | 24 | 30 |
| Víkendové akce | - | 15 | 15 |

Tržby z prodeje služeb v prvním roce jsem dopočítávala pomocí návštěvnosti tak, že jsem násobila počet zákazníků týdně s cenou vstupného. Následně jsem přičítala odhadovanou účast na pátečním souboji, kde každý tanečník musí zaplatit soutěžní poplatek. Tím jsem získala tržby z prodeje služeb za týden, a ty jsem násobila počtem týdnů v roce. V druhém a třetím roce se k těmto dvou výpočtům přidávají tržby z víkendových akcí. Jelikož Víkendová akce obsahuje 6 tanečních workshopů, vystoupení a soutěž, je těžké odhadnout účast. Proto počítám s tím, že se mi 15krát proplatí kompletní cena za celý víkend, což jsou 2000 Kč. Následně to násobím počtem víkendových akcí, což je v druhém roce deset a ve třetím roce 12.

Tržby z prodeje zboží kalkuluji s tím, že počítám, že každý zákazník utratí průměrně 200 Kč za nápoje a občerstvení. Tuto cenu násobím počtem zákazníků týdně a poté počtem týdnů v roce.

Tabulka 9 Výpočet tržeb (vlastní zpracování)

| Tržby (v Kč) | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Tržby z prodeje služeb | 792 000 | 1 572 000 | 2 376 000 |
| Tržby z prodeje zboží | 1 488 000 | 2 400 000 | 3 888 000 |
| Celkem | 2 280 000 | 3 972 000 | 6 264 000 |

7.2.2 Kalkulace osobních nákladů a služeb

Budu zaměstnávat lidi na pět pracovních pozic, které budou placeny hodinovou mzdou. Také budu najímat úklidovou službu a službu na provoz webových stránek. Výpočty osobních nákladů jsem počítala podle počtu odpracovaných hodin (podle otevírací doby), které jsem násobila hodinovou mzdou. Jedinou výjimkou jsou taneční lektoři, které budu platit skupinově 20 000 Kč za akci.

Tabulka 10 Výpočet osobních nákladů (vlastní zpracování)

| Osobní náklady (v Kč) | Hodinová mzda | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-----------------------|---------------|----------------|----------------|------------------|
| Barman | 130 | 121 680 | 202 800 | 283 920 |
| Ostraha | 100 | 93 600 | 156 000 | 218 400 |
| Šatnářka | 100 | 93 600 | 156 000 | 218 400 |
| DJ | 120 | 112 320 | 187 200 | 262 080 |
| Fotograf | 150 | 23400 | 48900 | 48900 |
| Taneční lektoři | - | - | 200 000 | 240 000 |
| Celkem | - | 444 600 | 750 900 | 1 031 700 |

Výpočet nákladů na úklidovou službu jsem kalkulovala podle hodinové mzdy, kterou jsem násobila počtem odpracovaných hodin (odhad podle velikosti podniku a potřeby na každý rok). Náklady na provoz webových stránek je měsíční a stále stejný. Webové stránky budu provozovat já, ale budu k tomu používat MioWeb.

Tabulka 11 Výpočet nákladů služeb (vlastní zpracování)

| Náklady služeb | Cena | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-----------------|------------------|---------------|---------------|----------------|
| Úklidová služba | 240 Kč na hodinu | 24 960 | 49 920 | 99 840 |
| Webový program | 2000 Kč na měsíc | 24 000 | 24 000 | 24 000 |
| Celkem | - | 48 960 | 73 920 | 123 840 |

7.2.3 Kalkulace propagačních nákladů

Můj podnik má dva druhy propagačních nákladů, prvním nákladem jsou taneční studia a druhým nákladem jsou Google Ads. Jelikož mám dobré vztahy s tanečními studii, náklady nebudou moc vysoké. Akce jako taneční souboje nebo workshopy se v tanečních studiích propagují i bez peněžní odměny, protože jsou tyto akce užitečné pro tanečníky. Google Ads mají výhodu, že si můžu nastavit jaký limit chci a jaké funkce požaduji. Takže o nákladech rozhoduji sama, kolik si můžu dovolit přispět.

Tabulka 12 Výpočet propagačních nákladů (vlastní zpracování)

| Propagace (v Kč) | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|------------------|--------------|--------------|--------------|
| Taneční studia | 23000 | 34000 | 42000 |
| Google Ads | 0 | 17000 | 32000 |
| Celkem | 23000 | 51000 | 74000 |

7.2.4 Kalkulace úvěru

Jak už jsem zmínila v kapitole Zakladatelského rozpočtu, tak použiji na počáteční náklady jednorázový spotřebitelský úvěr od Komerční banky na 550 000 Kč. Tento úvěr má pevnou úrokovou sazbu 3,8 % a RPSN 3,87 % a budu ho splácet 60 měsíců neboli 5 let podle tohoto splátkového kalendáře.

Tabulka 13 Splátkový kalendář (vlastní zpracování podle dat z kb.cz)

| Splátkový kalendář | | | |
|--------------------|-------------------------|-----------------|-------------------|
| Číslo splátky | Datum splátky | Typ splátky | Výše splátky (Kč) |
| 1 | 20.01.20X1 | splátka úroku | 696,67 |
| 2-59 | vždy k 20. dni v měsíci | anuitní splátka | 10 235,00 |
| 60 | 20.12.20X5 | anuitní splátka | 10 214,11 |

Celkovou splatnou částkou bude 604 540,78 Kč, takže 54 540,78 Kč celkově na úrocích. Jelikož v prvních splátkách budu splácet více z hodnoty úroku než jistiny, tak budou moje úroky vyšší a postupně se budou snižovat. Mezi moje finanční náklady taky bude patřit pojištění schopnosti splácet, který bude ke každé splátce 550 Kč navíc.

Tabulka 14 Výpočet finančních nákladů

| Finanční náklady (v Kč) | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-------------------------|----------|----------|----------|
| Úroky | 16247,69 | 13539,75 | 10831,80 |
| Ostatní náklady | 114,54 | 95,45 | 76,36 |
| Pojištění | 6600,00 | 6600,00 | 6600,00 |
| Celkem | 22962,23 | 20235,20 | 17508,16 |

7.2.5 Kalkulace odpisů

V průběhu let plánuji investice do dlouhodobého majetku, který se bude rovnoměrně odpisovat jako souhrn věcí po dobu pěti let. Do dlouhodobého majetku bude patřit vybavení a nábytek, který jsem nakoupila před otevřením podniku. Následně budu investovat v prvním roce do drobných úprav a vylepšení. Ve druhém roce budu mít velkou investici do vybavení dvou nových místností a nakoupení zrcadlových stěn pro pořádání workshopů. Během třetího roku bude potřeba nakoupit nové a lepší vybavení baru a věnovat nějaké peníze i určitým opravám.

Tabulka 15 Odpisy (vlastní zpracování)

| Odpisy (v Kč) | 01.01.20X1 | 31.12.20X1 | 31.12.20X2 | 31.12.20X3 |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|
| Dlouhodobý majetek | 189 050 | 180 714 | 282 919 | 263 194 |
| Odpisy | 0 | 22 336 | 63 395 | 89 725 |

7.3 Účetní výkazy

Pomocí účetních výkazů poznám finanční situaci podniku. Mezi základní účetní výkazy patří rozvaha, výkaz zisku a ztráty a výkaz cash flow, které jsem zpracovala na budoucí 3 roky. Tyto výkazy jsou samozřejmě jenom odhad, ve kterém jsem se řídila předchozích kalkulací.

Tabulka 16 Rozvaha podniku New Age Dance Club s.r.o. (vlastní zpracování)

| Rozvaha (v Kč) | 01.01.20X1 | 31.12.20X1 | 31.12.20X2 | 31.12.20X3 |
|--|------------|------------|------------|------------|
| AKTIVA CELKEM | 751 000 | 762 942 | 1 655 933 | 3 389 856 |
| Dlouhodobý majetek | 189 050 | 180 714 | 282 919 | 263 194 |
| Oběžná aktiva | 561 950 | 582 228 | 1 373 014 | 3 126 662 |
| Zásoby | 70 000 | 67 200 | 108 300 | 175 500 |
| Peněžní prostředky v pokladně a na účtu | 491 950 | 515 028 | 1 264 714 | 2 951 162 |
| PASIVA CELKEM | 751 000 | 762 942 | 1 655 933 | 3 389 856 |
| Vlastní kapitál | 150 000 | 273 883 | 1 055 816 | 2 624 751 |
| Základní kapitál | 150 000 | 150 000 | 150 000 | 150 000 |
| Nerozdělený zisk minulých období | 0 | 0 | 123 883 | 749 430 |
| Výsledek hospodaření běžného účetního období | 0 | 123 883 | 781 933 | 1 725 322 |
| Cizí zdroje | 601 000 | 489 059 | 600 116 | 765 105 |
| Dlouhodobé závazky | 550 000 | 440 000 | 330 000 | 220 000 |
| Úvěr | 550 000 | 440 000 | 330 000 | 220 000 |
| Krátkodobé závazky | 51 000 | 49 059 | 270 116 | 545 105 |
| Závazky k státu (daň z příjmu) | 0 | 29 059 | 183 416 | 404 705 |
| Závazky k dodavatelům | 51 000 | 20 000 | 86 700 | 140 400 |

Mezi dlouhodobý majetek patří celé vybavení podniku, jako je hudební aparatura, vybavení baru nebo nábytek. Do zásob patří samozřejmě nápoje a lehké občerstvení nejlepší na měsíc provozu. Většina peněžních prostředků je zaměřena na zaplacení nájmu, mezd zaměstnancům, faktur dodavatelům nebo splátky dlouhodobého úvěru. V prvních roce neplánuji dělit zisk, ale v dalších dvou letech si budu brát 20 % zisku. Mezi dlouhodobé závazky patří již výše zmiňovaný bankovní úvěr u KB na 5 let.

Tabulka 17 Výkaz zisku a ztráty podniku New Age Dance Club s.r.o. (vlastní zpracování)

| Výkaz zisku a ztráty (v Kč) | 31.12.20X1 | 31.12.20X2 | 31.12.20X3 |
|--|------------|------------|------------|
| Tržby | 2 522 000 | 4 324 800 | 6 834 000 |
| Tržby z prodeje služeb | 910 000 | 1 724 800 | 2 622 000 |
| Tržby z prodeje zboží | 1 612 000 | 2 600 000 | 4 212 000 |
| Provozní náklady | 2 346 096 | 3 339 215 | 4 686 465 |
| Nájem | 840 000 | 840 000 | 840 000 |
| Osobní náklady | 444 600 | 750 900 | 1 031 700 |
| Odpisy | 22 336 | 63 395 | 89 725 |
| Služby | 48 960 | 73 920 | 123 840 |
| Nákup zboží | 967 200 | 1 560 000 | 2 527 200 |
| Propagace | 23 000 | 51 000 | 74 000 |
| Provozní výsledek hospodaření (EBIT) | 175 904 | 985 585 | 2 147 535 |
| Finanční náklady | 22 962 | 20 235 | 17 508 |
| Finanční výsledek hospodaření | -22 962 | -20 235 | -17 508 |
| Výsledek hospodaření před zdaněním (EBT) | 152 942 | 965 350 | 2 130 027 |
| Daň z příjmu (19 %) | 29 059 | 183 416 | 404 705 |
| Výsledek hospodaření po zdanění (EAT) | 123 883 | 781 933 | 1 725 322 |

Tržby jsem počítala pomocí odhadu podle mé konkurence a zájmu potenciálních zákazníků v kapitole Kalkulace. Jelikož jsou tržby v každém roce vyšší než náklady, je můj podnik pokaždé v zisku, který stoupá.

Tabulka 18 Výkaz Cash Flow podniku New Age Dance Club s.r.o. (vlastní zpracování)

| Cash Flow (nepřímou metodou) | 31.12.20X1 | 31.12.20X2 | 31.12.20X3 |
|---------------------------------|------------|------------|------------|
| EAT | 123 883 | 781 933 | 1 725 322 |
| +odpisy | 22 336 | 63 395 | 89 725 |
| -přírůstek zásob | 2 800 | 41 100 | 67 200 |
| -přírůstek pohledávek | 0 | 0 | 0 |
| +přírůstek krátkodobých závazků | -31 000 | 66 700 | 53 700 |
| Cash Flow z provozní činnosti | 118 019 | 870 928 | 1 801 547 |
| -dělení zisku | 0 | 156 387 | 345 064 |
| -splátka dlouhodobého dluhu | 113 282 | 122 820 | 122 820 |
| Cash Flow z finanční činnosti | -113 282 | -279 207 | -467 884 |
| -nové investice | 14 000 | 165 600 | 70 000 |
| Cash Flow z investiční činnosti | -14 000 | -165 600 | -70 000 |
| Cash Flow celkem | -9 263 | 426 122 | 1 263 662 |

Velkou částkou je splátka dlouhodobého dluhu, který splácím měsíčně po dobu pěti let. To je také důvodem, proč v prvním roce je Cash Flow záporné. Ve druhém roce je výrazná investice do zařízení dvou nových místností a dalšího potřebného vybavení. Také jsem v druhém roce začala dělit zisk, ale i přesto je Cash Flow kladné z důvodu velkého zisku. Ve třetím roce stejně jako ve druhém je Cash Flow kladné, a dokonce ve výši 1 263 662 Kč.

7.4 Finanční analýza

New Age Dance Club s.r.o. není velkým podnikem, a proto budu počítat jen určité ukazatele finanční analýzy. Mezi tyto ukazatele jsem zařadila bod zvratu, diskontovanou dobu návratnosti a také ukazatele ROA a ROS.

První ukazatelem je bod zvratu, který je velice důležitý vědět. Týdenní náklady podniku jsou 26 529 Kč, které budu muset každý týden splácet. Předpokládám, že průměrný zákazník utratí 100 Kč za vstupné a potom 200 Kč na baru za nápoje, pomocí dodavatelské smlouvy, díky které budu mít i určitou slevu jsi můžu dovolit účtovat až o polovinu dražší nápoje. Mým bodem zvratu v prvním roce je 147 zákazníků za týden, což znamená 49 zákazníků za každý den, kdy má podnik otevřeno. Můj odhad na první rok je 155 zákazníků za týden, což není tak daleko od bodu zvratu. To je způsobeno tím, že v prvním roce má můj podnik otevřeno jen tři dny v týdnu a nejsou zavedeny žádné akce. Ve druhém roce při výpočtu už je rozdíl mezi mým odhadem a bodem zvratu 65 zákazníků za týden. Když by zákazníků chodilo méně, než odhaduji, mohl by se můj podnik dostat do problémů, protože by nezvládal platit fixní náklady podniku jako je třeba nájem.

Tabulka 19 Bod zvratu v prvním roce provozu (vlastní zpracování)

| Bod zvratu (v Kč) | |
|---------------------------------|--------|
| Tržby za zákazníka | 300 |
| Variabilní náklady na zákazníka | 120 |
| Fixní náklady na týden | 26 529 |
| Bod zvratu (zákazníků za týden) | 147 |

Diskontovaná doba návratnosti mi ukazuje za jak dlouhou dobu se mi vrátí moje investice do tohoto podniku. Také pomocí tohoto výpočtu dokážu spočítat čistou současnou hodnotu, která mi ukáže kumulovanou hodnotu Cash Flow z dané investice. Diskontní sazba se počítá různě. Já použila součet diskontní sazby vlastního kapitálu, kterou odhaduji na 17 %, a diskontní sazby cizího kapitálu, která je podle mého úvěru 3,8 %. Jako investici používám hodnotu, kterou jsem vypočítala sečtením nákladů na zařízení podniku. Protože nevím, jak dlouho budu podnik provozovat, tak jsem chtěla vypočítat čistou současnou hodnotu ve třetím roce. Doba návratnosti investice jsou tři roky, kde čistá současná hodnota činí 666 056 Kč. Proto je pro mě investice přijatelná.

Tabulka 20 Doba návratnosti (vlastní zpracování)

| Doba návratnosti (v Kč) | Investice | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-------------------------|-----------|----------|----------|-----------|
| | 662 990 | -9 263 | 426 122 | 1 263 662 |
| CF disponibilní | -662 990 | -9 263 | 337 488 | 1 000 821 |
| CF kumulované | -662 990 | -672 253 | -334 765 | 666 056 |

Cílem rentability aktiv je maximalizace hodnoty, což se mému podniku daří, protože v porovnání prvního a třetího roku je nárůst o 40 %. Dalším cílem této hodnoty je stabilita a udržitelnost. Mezi prvním rokem definitivně není stabilita, ale ta se ukazuje mezi druhým a třetím rokem.

Tabulka 21 Výpočet ROA (vlastní zpracování)

| ROA | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|--------|---------|-----------|-----------|
| EBIT | 175 904 | 985 585 | 2 147 535 |
| Aktiva | 762 942 | 1 655 933 | 3 389 856 |
| ROA | 23 % | 60 % | 63 % |

Stejně jako u rentability aktiv je cílem rentability tržeb maximalizace, což se mému podniku úplně nedaří. Je ale vidět růstový trend, který ukazuje na potenciál růstu v dalších letech. Obecně by tato hodnota měla převyšovat 10 %, což se daří až ve druhém roce.

Tabulka 22 Výpočet ROS (vlastní zpracování)

| ROS | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-------|-----------|-----------|-----------|
| EAT | 123 883 | 781 933 | 1 725 322 |
| Tržby | 2 522 000 | 4 324 800 | 6 834 000 |
| ROS | 5 % | 18 % | 25 % |

8 Hodnocení rizik

Podnikání je velice riziková činnost, proto se v této kapitole budu věnovat možným rizikům, která by mohla ohrozit můj podnik. Každé takové riziko se budu snažit popsat a také navrhnout možná opatření, která by toto riziko buď zmírnila nebo úplně eliminovala.

Mezi závažná rizika bych definitivně zařadila politická rizika. Během posledního roku hodně podniků zkrachovalo, protože byly vydány opatření proti pandemii COVID-19, která zakazovala provoz podniků. Kdyby se taková podobná situace (opakující se pandemie COVID-19 nebo jiné velice nakažlivé nemoci) opakovala, tak by se toho nedalo dělat mnoho. Možným řešením je vybudování si dostatečných rezerv prostředků, které by pomohli zmírnit riziko brzkého zkrachování. Také by byla možnost využití vládních opatření, která by můj podnik chránila, jako byly minulý rok dotace nebo možnost odložení placení nájmu atd. Další možností by muselo být celkové vystěhování z pronajatých prostor.

Dalším možným rizikem je špatná představa podnikatele o trhu a celkové poptávce na trhu. Může to být přehnaně pozitivní představa, že podnik bude velice poptávaný a úspěšný. Tím by se pak mohlo stát, že podnikatel investoval hodně peněz do projektu, který by mohl lehce zkrachovat, protože by nebylo dostatek zákazníků. Naopak může i nastat situace, kdy by podnikatel neočekával velkou poptávku, která by se pak ale dostavila. Pak hrozí, že podnik nebude připravený na tolik zákazníků, což by mohlo vést k chybám a odrazení zákazníků. Také se při velké poptávce může stát, že by koncept podniku mohl někdo napodobit a odvést zákazníky. Tomuto riziku se dá předejít právě pomocí podnikatelského plánu. Tento plán samozřejmě musí být udělaný kvalitně, tak aby budoucnost odhadoval realisticky. Součástí plánu je i analýza trhu, která tomuto riziku aspoň částečně předchází. Také dalším řešením je, celkové opuštění projektu nebo zajištěním finančních rezerv, které by posloužily v případě toho, že by podnik nebyl dostatečně výdělečný. Také možným opatřením je postupné investování do podniku. Tímto se dá dříve přijít na problém v nedostatku poptávky a pokusit se o změnu plánu podniku do budoucnosti.

Následující riziko je zvýšení nájemného nebo jiné problémy s pronájmem. Jelikož můj podnik si pronajímá prostory, hrozí nám několik různých scénářů. Prvním je zvýšení nájemného, kterému se nedá předejít, ale dá se na tuto situaci připravit pomocí dobré komunikace s nájemcem. Je důležité komunikovat s nájemcem o možných změnách nájmu, potom se dá na tyto změny finančně připravit nebo upravit plán budoucích let. Velkým rizikem je, že nájemce ukončí možnost pronájmu. Tomuto se dá zabránit dočasným placením nájemného a staráním se o prostory. Samozřejmě dalším řešením je smlouva, která mi zajišťuje pronájem na určitou dobu a včasné prodloužení této smlouvy mi zaručí to, že nebudu překvapená možným vystěhováním.

Také se může stát, že bude ohrožena kvalita podniku kvůli nevhodnému personálu, který byl buď špatně zvolen nebo nedostatečně vyučen. Tomuto se dá zabránit podrobnou kontrolou, kvalitním výběrem zaměstnanců a také řádným vyučením zaměstnanců.

Dalším rizikem může být snížení zájmu zákazníků, proto je důležité udržovat vysokou kvalitu služeb, přicházet s novými a zajímavými akcemi, které by mohly zaujmout a také udržováním vhodných cen, které nebudou odrazovat. Ceny budou určovány podle konkurence, ale je důležité udržení rezervy, která by nám dovolila zlevnit, kdyby to bylo potřeba. Pro udržení vysoké kvality je důležité kontrolovat zaměstnance a všímat si kritiky zákazníků a následně řešit jejich stížnosti. Podobný problém je i přejití zákazníků ke konkurenci, a proto je důležité si udržovat věrné zákazníky a také dobré jméno mezi veřejností.

Posledním rizikem vidím různé změny ve vnějším okolí. Proto je důležité neustále kontrolovat možné legislativní změny a také se na ně připravovat dopředu.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo vypracování podnikatelského plánu pro podnik New Age Dance Club s.r.o., podle kterého jsem chtěla zjistit, jestli je tento nápad proveditelný a životaschopný.

Práce byla rozdělena na teoretickou část a praktickou část. V teoretické části jsem popsala jednotlivé části struktury podnikatelského plánu a následně jsem je v praktické části využila k vytvoření podnikatelského plánu podniku New Age Dance Club s.r.o. V praktické části jsem využívala informací z tanečního prostředí, ve kterém se dlouhodobě nacházím, také jsem dohledávala potřebné informace z webových stránek konkurence, ale i z různých hodnocení zákazníků, kteří pravidelně navštěvují konkurenční podniky.

Mezi první výsledek této práce patřilo ujištění v analýze konkurence, že doopravdy toto spojení služeb je jedinečné na českém trhu a tím pádem můj podnik získává velkou konkurenční výhodu. Nejdůležitější zjištění, ale byli ve finančním plánu. Podnik by měl být už druhý rok ziskový a třetím rokem by zisk měl být vysoký. Také ve třetím roce by se mi měla navrátit investice do toho podniku.

Po zpracování podnikatelského plánu se dá říct, že tento nápad je uskutečnitelný a životaschopný, za podmínky, že bude dostatečná návštěvnost podle mého odhadu. Jelikož podnik New Age Dance Club s.r.o. přináší originální kombinaci služeb, bylo by úžasné nejenom pro mě, ale i pro ostatní mladé tanečnice, aby New Age Dance Club s.r.o. byl funkčním podnikem. Nejenom, že by byl místem odreagování a zábavy, ale také místem, kde se můžou tanečnice Street Dance kreativně vyjádřit a k tomu i něco vyhrát.

Seznam použité literatury

B.D.S. taneční akademie s.r.o. Mapy.cz [online]. [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://mapy.cz/za-kladni?x=14.4423046&y=50.0788911&z=17&source=firm&id=2402314>

BDS Academy: Největší škola Street Dance v ČR [online]. Praha [cit. 2021-5-10]. Dostupné z: <https://www.bdsacademy.cz/>

Dance. Mapy Google [online]. Google.com [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.google.com/maps/search/dance/@50.0668981,14.4003569,11z/data=>

Diskotéka. Mapy Google [online]. Google.com [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.google.cz/maps/search/diskot%C3%A9ka/@50.065602,14.2602602/>

Fantasy Dance Studio. Mapy.cz [online]. [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://mapy.cz/za-kladni?x=14.4825907&y=50.0328441&z=19&source=firm&id=607141>

FDS: Fantasy Dance Studio [online]. Praha [cit. 2021-5-10]. Dostupné z: <https://fds.cz/>

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.

JANČÍKOVÁ, Kateřina. Vize a mise v podniku: k čemu slouží? Psychologie pro každého [online]. 2016, 21.9.2016 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://psychologieprokazdeho.cz/vize-a-mise-v-podniku/>

Ječná 524/41. Mapy.cz [online]. [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://mapy.cz/za-kladni?x=14.4282967&y=50.0756814&z=17&source=addr&id=9094696>

KLIMKOVÁ, Alena. PEST analýza. Marke.cz [online]. 12.1.2015 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: <http://www.marke.cz/pest-analyza/>

KNÁPKOVÁ, Adriana, Drahomíra PAVELKOVÁ, Daniel REMEŠ a Karel ŠTEKER. Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady. 3., kompletně aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2017. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-0563-2.

Nezaměstnanost v hl. m. Praze v roce 2020. Český statistický úřad: CZSO [online]. 3.2.2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xa/nezamestnanost-v-hl-m-praze-v-roce-2020>

Odpisová kalkulačka na výpočet daňových odpisů hmotného majetku. Účetnictví jasně a srozumitelně: Uctovani.net [online]. c2010-2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.uctovani.net/kalkulacka-odpisy-rovnomerne+zrychlene.php>

ORLÍK, Tomáš, 2011. Tvorba, hodnocení a financování podnikatelských projektů. Přednáška na VŠE v Praze v rámci předmětu Strategie a podnikatelský plán MSP. Katedra managementu.

Počet obyvatel v obcích – k 1.1.2021. Český statistický úřad: CZSO [online]. 1.5.2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112021>

Prezenční studium Praha: Vysoké školy. VysokeSkoly.cz [online]. c1996-2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.vysokeskoly.cz/v/region-praha/forma-prezencni/>

Pronájem restaurace 225 m², Praha 2 - Nové Město: ulice Ječná, Praha 2 – Nové Město. REMAX Česká republika [online]. Praha [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.remax-czech.cz/reality/detail/302696/pronajem-restaurace-225-m2-praha-2-nove-mesto#>

Retro Music Hall. Mapy.cz [online]. [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=14.4377804&y=50.0745195&z=17&l=0&source=firm&id=13015721>

Retro Music Hall: nejlepší klub v Praze [online]. Praha [cit. 2021-5-10]. Dostupné z: <https://www.retropraha.cz/>

RODEO – music & cocktail bar. Mapy.cz [online]. [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=14.4232149&y=50.0754998&z=17&source=firm&id0979>

RODEO Music Club Prague [online]. Praha [cit. 2021-5-10]. Dostupné z: <https://www.rodeopraha.cz/jecna>

RŮČKOVÁ, Petra. Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. 6. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Finanční řízení. ISBN 978-80-271-2028-4.

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

STRUCK, Uwe. 1992. Přesvědčivý podnikatelský plán. Předpoklad získání potřebného kapitálu. Praha: Management Press, 1992. ISBN 80-85603-12-8.

Studie HSBC: Jak jsou na tom české děti s pohybem? Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy: MŠMT [online]. 26.2.2020 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/ceske-deti-jsou-aktivni-ale>

SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. Od nápadu k podnikatelskému plánu: Jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti [online]. Praha: Grada, 2017 [cit. 2021-5-11]. ISBN 978-80-271-9985-3. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/e-kniha/od-napadu-k-podnikatelskemu-planu-513947/>

Taneční centrum HDC: Hladík Dance Center [online]. Praha [cit. 2021-5-10]. Dostupné z: <https://www.hdc.cz/>

Úvěrová kalkulačka: Výpočet splátek úvěru. Komerční banka: KB [online]. c2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/ostatni/kalkulacky/uverova-kalkulacka>

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

Výkonné ukazatele VŠ v ČR F2: studenti. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy: MŠMT [online]. c2013-2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: https://dsia.msmt.cz/vy-stupy/vu_vs_f2.html

Výstupní objekt VDB: Indexy spotřebitelských cen podle klasifikace COICOP – meziroční index. Český statistický úřad: CZSO [online]. [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CEN08B&z=T&f=TABULKA&skupId=43&katalog=30833&pvo=CEN08B&evo=v1282 !_CEN-SPO-MEZIR-R_1

Výstupní objekt VDB: Peněžní vydání domácností podle postavení osoby v čele domácnosti. Český statistický úřad: CZSO [online]. [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&katalog=30847&pvo=ZUR06&c=v3~8__RP2016

Vysoké školy: Seznam vysokých škola Praha. Seznam škol v ČR [online]. c2009-2020 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <http://www.seznamskol.eu/typ/vysoka-skola/?kraj=praha&start=0>

Seznam obrázků

| | |
|--|----|
| Obrázek 1 Umístění podniku (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021)..... | 21 |
| Obrázek 3 Umístění podniku BDS Academy (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021) | 26 |
| Obrázek 4 Umístění podniku FDS (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021)..... | 27 |
| Obrázek 5 Umístění podniku Rodeo Music Club Prague (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021)..... | 28 |
| Obrázek 6 Umístění podniku Retro Music Hall-EDM Club (vlastní zpracování podle Mapy.cz, 2021)..... | 28 |
| Obrázek 7 Graf míry inflace (vlastní zpracování podle dat z Českého statistického úřadu)..... | 30 |
| Obrázek 8 Graf míry nezaměstnanosti (vlastní zpracování podle dat z Českého statistického úřadu)..... | 31 |

Seznam tabulek

| | |
|---|----|
| Tabulka 1 Rozvaha (vlastní zpracování)..... | 15 |
| Tabulka 2 Výkaz zisku a ztráty (vlastní zpracování)..... | 16 |
| Tabulka 3 Cash Flow (vlastní zpracování)..... | 16 |
| Tabulka 4 - Otevírací doba (vlastní zpracování)..... | 23 |
| Tabulka 5 - SWOT analýza (vlastní zpracování)..... | 32 |
| Tabulka 6 Zakladatelský rozpočet (vlastní zpracování)..... | 38 |
| Tabulka 7 Odhadovaná návštěvnost (vlastní zpracování)..... | 39 |
| Tabulka 8 Odhadovaná účast na tanečních akcích (vlastní zpracování)..... | 39 |
| Tabulka 9 Výpočet tržeb (vlastní zpracování)..... | 39 |
| Tabulka 10 Výpočet osobních nákladů (vlastní zpracování)..... | 40 |
| Tabulka 11 Výpočet nákladů služeb (vlastní zpracování)..... | 40 |
| Tabulka 12 Výpočet propagačních nákladů (vlastní zpracování)..... | 40 |
| Tabulka 13 Splátkový kalendář (vlastní zpracování podle dat z kb.cz)..... | 41 |
| Tabulka 14 Výpočet finančních nákladů..... | 41 |
| Tabulka 15 Odpisy (vlastní zpracování)..... | 41 |
| Tabulka 16 Rozvaha podniku New Age Dance Club s.r.o. (vlastní zpracování)..... | 42 |
| Tabulka 17 Výkaz zisku a ztráty podniku New Age Dance Club s.r.o. (vlastní zpracování) | 43 |
| Tabulka 18 Výkaz Cash Flow podniku New Age Dance Club s.r.o. (vlastní zpracování)..... | 43 |
| Tabulka 19 Bod zvratu v prvním roce provozu (vlastní zpracování)..... | 44 |
| Tabulka 20 Doba návratnosti (vlastní zpracování)..... | 44 |
| Tabulka 21 Výpočet ROA (vlastní zpracování)..... | 45 |
| Tabulka 22 Výpočet ROS (vlastní zpracování)..... | 45 |

