

# Projekt založení nového podnikatelského subjektu

Bc. Soňa Hložánková

---

Diplomová práce  
2023



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav financí a účetnictví

Akademický rok: 2022/2023

# ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Soňa Hložánková**  
Osobní číslo: **M21955**  
Studijní program: **N0412A050011 Finance**  
Specializace: **Finanční kontrola**  
Forma studia: **Kombinovaná**  
Téma práce: **Projekt založení nového podnikatelského subjektu**

## Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Na základě literární rešerše zpracujte teoretické poznatky z oblasti založení nového podnikatelského subjektu.

II. Praktická část

- Provedte analýzu současného stavu podnikatelského prostředí a zkoumaného odvětví.
- Na základě provedené analýzy zpracujte projekt založení nového podnikatelského subjektu.
- Projekt podrobte nákladové, rizikové a časové analýze.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- BLACKWELL, Edward. *How to prepare a business plan: your guide to creating an excellent strategy, forecasting your finances and producing a persuasive plan*. 6th edition. London: Kogan Page, 2017, 217 s. ISBN 9780749481100.
- COLWELL, Ken. *Starting a business quickstart guide: the simplified beginner's guide to launching a successful small business, turning your vision into reality and achieving your entrepreneurial dream*. Albany, NY: ClydeBank Business, 2019, 274 s. ISBN 978-1-945051-82-1.
- KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 2. přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018, 285 s. ISBN 9788024758695.
- KERKOVSKÝ, Miloslav a Petr NOVÁK. *Finanční strategie: krok za krokem*. Praha: C.H. Beck, 2015, 204 s. ISBN 9788074005626.
- SEDMÍK, Jan. *Velká kniha masáží*. Praha: NS Svoboda, 2015, 363 s. ISBN 978-80-205-0635-1.

Vedoucí diplomové práce: **JUDr. Libor Šnědar, Ph.D.**  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Datum zadání diplomové práce: **10. února 2023**  
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2023**

L.S.

---

**prof. Ing. David Tuček, Ph.D.**  
děkan

---

**prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková**  
garant studijního programu

Ve Zlíně dne 10. února 2023

# PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

## **Prohlašuji, že**

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

## **Prohlašuji,**

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení: .....

.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce se zabývá zpracováním projektu, který poslouží k založení podnikatelského subjektu poskytujícího služby v oblasti masérství. V teoretické části jsou vymezeny základní pojmy související s danou problematikou. V rámci praktické části je provedena analýza současného prostředí a marketingový výzkum. Na základě poznatků z teoretické části a zjištěných výsledků analýz je vypracován konkrétní projekt založení masérského studia. Projekt je podroben nákladové, rizikové a časové analýze.

Klíčová slova: podnikatelský plán, marketingový mix, masáže, provozovna, finanční plán

## **ABSTRACT**

The diploma thesis deals with the development of a project that will serve to establish a business entity providing services in the field of massage therapy. The theoretical part defines the basic concepts related to the issue. The practical part includes an analysis of the current environment and marketing research. Based on the knowledge from the theoretical part and the results of the analysis, a specific project for the establishment of a massage studio is developed. The project is subjected to cost, risk and time analysis.

Keywords: business plan, marketing mix, massages, business premises, financial plan

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu mé diplomové práce panu JUDr. et Mgr. Liborovi Šnédarovi, Ph.D. za odborné a profesionální vedení, přínosné a podnětné rady a zejména za čas strávený nad výsledky mé práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

## OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....</b>	<b>11</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>12</b>
<b>1 ZÁKLADNÍ TEORETICKÉ POJMY .....</b>	<b>13</b>
1.1    PODNIKÁNÍ.....	13
1.2    PODNIKATEL .....	13
<b>2 VEŘEJNOPRÁVNÍ RÁMEC PODNIKÁNÍ.....</b>	<b>14</b>
2.1    PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ .....	15
2.1.1    Fyzická osoba.....	15
2.1.2    Živnostenský rejstřík.....	16
2.1.3    Právnícká osob .....	16
2.1.4    Obchodní rejstřík.....	17
2.2    ÚČETNICTVÍ PODNIKATELE.....	18
2.2.1    Podvojný účetnictví .....	18
2.2.2    Daňová evidence .....	18
2.2.3    Paušální výdaje.....	18
2.2.4    Paušální režim .....	19
2.3    PODNIKÁNÍ V OBORU MASÉRSKÉ, REKONDIČNÍ A REGENERAČNÍ SLUŽBY .....	20
<b>3 NÁSTROJE ANALÝZY PROSTŘEDÍ.....</b>	<b>23</b>
3.1    PEST ANALÝZA .....	23
3.2    PORTERŮV MODEL PĚTI SIL.....	24
3.3    SWOT ANALÝZA .....	25
<b>4 MARKETING .....</b>	<b>27</b>
4.1    MARKETINGOVÝ MIX .....	27
<b>5 PODNIKATELSKÝ PLÁN .....</b>	<b>29</b>
5.1    STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU.....	29
5.2    ÚČEL PODNIKATELSKÉHO PLÁNU .....	30
5.3    MISE, VIZE, CÍLE.....	30
5.4    FINANČNÍ PLÁN .....	31
5.5    BOD ZVRATU .....	33
<b>6 SHRUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....</b>	<b>34</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>35</b>
<b>7 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PROSTŘEDÍ .....</b>	<b>36</b>
7.2    PEST ANALÝZA – MAKROPROSTŘEDÍ.....	37
7.2.1    Sociální faktory .....	37
7.2.2    Legislativně-politické faktory .....	40

7.2.3	Ekonomické faktory .....	41
7.2.4	Technologické faktory .....	44
7.3	PORTERŮV MODEL – MIKROPROSTŘEDÍ .....	44
7.3.1	Substituty.....	44
7.3.2	Vyjednávací síla odběratelů .....	44
7.3.3	Vyjednávací síla dodavatelů .....	45
7.3.4	Konkurence .....	45
7.3.5	Hrozba vstupu nové konkurence .....	45
<b>8</b>	<b>MARKETINGOVÝ VÝZKUM .....</b>	<b>46</b>
8.1	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	46
8.2	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	46
<b>9</b>	<b>SHRnutí ANALYTICKÉ ČÁSTI .....</b>	<b>54</b>
<b>10</b>	<b>PROJEKT ZALOŽENÍ MASÁŽNÍHO STUDIA.....</b>	<b>55</b>
10.1	MISE, VIZE, CÍLE.....	55
10.2	ZÁKLADNÍ INFORMACE A CHARAKTERISTIKA PODNIKATELSKÉHO SUBJEKTU .....	56
10.2.1	Forma podnikání .....	56
10.2.2	Způsob vedení účetnictví .....	57
10.3	POPIS PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI .....	57
10.3.1	Personální zajištění.....	58
10.3.2	Dodavatelé.....	58
10.4	PROSTORY PODNIKÁNÍ – PROVOZOVNA .....	58
10.4.1	Vyjádření Hasičského záchranného sboru (HZS) .....	59
10.4.2	Vyjádření Krajské hygienické stanice a provozní řád.....	59
10.4.3	Vyjádření stavebního úřadu .....	59
10.4.4	Nahlášení provozovny na Živnostenském úřadě.....	60
10.5	MARKETINGOVÝ PLÁN .....	61
10.5.1	Produkt .....	61
10.5.2	Cena.....	64
10.5.3	Místo .....	65
10.5.4	Propagace .....	65
10.6	FINANČNÍ PLÁN .....	67
10.6.1	Zakladatelský rozpočet.....	68
10.6.2	Předpokládaný vývoj výdajů.....	71
10.6.3	Předpokládaný vývoj tržeb.....	72
10.6.4	Výpočet daňové povinnosti.....	77
10.6.5	Vyúčtování záloh na sociální a zdravotní pojištění.....	80
10.6.6	Výpočet čistého zisku .....	83
10.6.7	Výpočet bodu zvratu .....	84
10.6.8	Ekonomické zhodnocení projektu.....	85
10.6.9	Alternativní řešení – přijetí nového zaměstnance .....	87
<b>11</b>	<b>SWOT ANALÝZA .....</b>	<b>89</b>
<b>12</b>	<b>ANALÝZA RIZIK .....</b>	<b>93</b>



<b>13 ČASOVÁ ANALÝZA PROJEKTU.....</b>	<b>96</b>
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>98</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>101</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>107</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>109</b>
<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>110</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>112</b>

## ÚVOD

Diplomová práce předkládá projekt na založení podnikatelského subjektu v oblasti sportovních, rekondičních a regeneračních masérských služeb. Z výše uvedeného vyplývá, že masáže mají několik podob. Nemusí poskytovat pouze relaxaci, ale mohou napomáhat i při odstranění svalových dysbalancí a bolestí způsobených nevhodnou fyzickou zátěží, stresem popřípadě hektickým životním stylem. Masáže jsou velmi důležitým a nenahraditelným prvkem u sportovců, zejména po velkém fyzickém výkonu, kdy za pomoci masáže dochází k minimalizaci vzniku křečí a pozátěžové bolesti svalů. Na druhou stranu masáž provedená před samotným výkonem sportovce aktivuje, prohřeje a zajistí nejen lepší výkon, ale slouží i jako prevence vzniku úrazů. Neopomenutelným typem masáží, oblíbených zejména v poslední době, jsou masáže estetické, zajišťující rozproudění lymfatického systému a následné odplavení škodlivin z těla ven. Efekt těchto masáží bývá patrný již po první aplikaci, kdy se kůže stává pevnější a hladší. Z výše uvedeného je patrný poměrně velký vliv a působnost masáží na lidské tělo, což se v konečném důsledku odráží i na psychickém rozpoložení člověka. Masáž poskytuje nejen fyzickou úlevu, ale přináší i psychické uvolnění a odpočinek. Eliminovat negativní dopady současného života, způsobující fyzickou i psychickou zátěž, za pomoci masáže, může být přínosné pro spoustu lidí. Masáž může být vnímána i jako jakási forma prevence závažnějších zdravotních problémů, vyžadujících již péči odborného lékaře. Proto je možné masáž považovat za určitou součást životního stylu lidí, kteří myslí na své zdraví a mají zájem žít plnohodnotný a vyrovnaný život bez bolestí.

V teoretické části práce je zpracována literární rešerše související s problematikou založení nového podnikatelského subjektu, konkrétně masážního studia. Jsou zde zmíněny analytické nástroje, sloužící k analýze podnikatelského prostředí, do kterého bude nový subjekt zasazen. Teoretická část se dále zabývá otázkou marketingu a finančního plánu.

V praktické části je, na základě poznatků zjištěných v teoretické části, proveden a vyhodnocen marketingový výzkum a zpracován projekt na založení nového podnikatelského subjektu – masážního studia.

Cílem práce je vypracovat projekt vedoucí k založení masážního studia. Dlouhodobým cílem nově vzniklého studia bude vybudování si pevné pozice na trhu a dlouhodobě dosahovat zisku. Nejdůležitějším cílem ovšem bude poskytovat služby, které bude využívat co největší počet lidí, a které pomůžou odstranit fyzické problémy a zlepšit kvalitu života.

## CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem diplomové práce je zpracování projektu, na jehož základě může vzniknout fungující a ekonomicky soběstačný podnikatelský subjekt poskytující služby v oblasti masérských služeb.

Za účelem zpracování projektu, a tedy naplnění hlavního cíle, bude v rámci teoretické části zpracována literární rešerše dostupných literárních zdrojů a platných legislativních dokumentů, které poslouží jako podklad pro vypracování praktické části práce.

Praktická část práce je složena z části analytické a projektové. V rámci analytické části bude provedena analýza současného stavu prostředí, a to za pomoci nástrojů PEST analýzy a Porterovy analýzy pěti konkurenčních sil. Důležitou součástí práce bude marketingový výzkum, provedený technikou dotazování prostřednictvím dotazníku. Výsledky analýz a dotazníkového šetření budou podkladem pro tvorbu návrhu projektového řešení.

Cílem projektové části bude vypracování podnikatelského plánu, na jehož základě bude možné zrealizovat založení masážního studia. Projektová část bude vycházet z poznatků zjištěných v části teoretické a zejména v části analytické. V rámci podnikatelského plánu bude vypracován marketingový plán zacílený na konečného spotřebitele. Vypracovaná SWOT analýza bude sloužit ke zhodnocení silných a slabých stránek podnikatelského subjektu a určení příležitostí a hrozeb, které se na trhu mohou vyskytnout. Pozornost bude věnována i otázce založení provozovny, což souvisí se spoustou zákonných předpisů. Důležitou součástí celého projektu bude vypracování finančního plánu, na jehož základě bude zjištěno, zda bude projekt úspěšný, tedy zda bude subjekt ekonomicky silný a bude dosahovat zisku. V závěru práce bude provedena riziková a časová analýza projektu. V rámci rizikové analýzy budou identifikována a vyhodnocena rizika, která by mohla projekt ohrozit, a u kterých budou následně navržena opatření k jejich eliminaci. Součástí časové analýzy bude vyhotovení časového harmonogramu.

Při vypracování diplomové práce budou použity zejména metody analýzy, pro stanovení situace na trhu v oblasti masérských služeb. Metoda dotazníkového šetření bude sloužit pro účely získání informací o preferencích zákazníků. Dotazníkové šetření bude vyhodnoceno pomocí metody popisné statistiky a za účelem sestavení marketingového plánu bude použita metoda syntézy. V rámci zpracování finančního plánu bude použita metoda komparace s cílem vyhodnotit výhodnější variantu pro uplatnění výdajů.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 ZÁKLADNÍ TEORETICKÉ POJMY

Se založením podnikatelského subjektu souvisí několik základních pojmů, které budou objasněny v následující kapitole. Vymezení terminologie pojmů vychází zejména z občanského zákoníku, živnostenského zákona a zákona o obchodních korporacích.

### 1.1 Podnikání

Pojem podnikání je upraven § 420 občanského zákoníku, který jej definuje jako soustavnou výdělečnou činnost vykonávanou samostatně, na vlastní odpovědnost, na vlastní účet za účelem dosažení zisku. (Česko, 2012a)

Šafrová Drášilová (2019, s. 14) ovšem připouští, že dosahování zisku nemusí být jedinou motivací podnikání. Uvádí, že důvodem k podnikání nemusí být jen motivace dosahování zisku, jak uvádí zákon. Člověk může mít i jiné specifické důvody, které jsou odrazem jeho životního stylu, stavu mysli nebo vycházejí z předchozích zkušeností. Martinovičová, Konečný a Vavřina (2019, s. 10) nahlíží na podnikání z jiného úhlu pohledu. Vnímají podnikání jako hledání a využívání podnikatelských příležitostí. Podnikání považují za nástroj k uspokojování vlastních potřeb prostřednictvím uspokojování potřeb cizích.

Specifickou oblastí podnikání je živnost. Živnost může být provozována fyzickou i právnickou osobou, která je nazývána živnostníkem. Živnost je upravena základním právním předpisem, kterým je zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, v platném znění, přičemž obsahová náplň jednotlivých živností je upravena v nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností, v platném znění. (Černá et al., 2016, s. 131)

### 1.2 Podnikatel

Nový občanský zákoník definuje podnikatele jako osobu, která vykonává výdělečnou činnost na základě živnostenského nebo jiného oprávnění a je zapsaná v obchodním rejstříku. (Česko, 2012a)

Jakubíková (2013, s. 14) podnikatele charakterizuje jako hnací sílu ekonomiky, která poskytuje nejen produkty a služby svým zákazníkům, ale i pracovní příležitosti čímž se podílí na rozvoji obcí i regionů.

## 2 VEŘEJNOPRÁVNÍ RÁMEC PODNIKÁNÍ

Právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost je základním právem zaručeným Listinou základních práv a svobod. Zachování tohoto práva zaručuje Listina jak fyzickým, tak i právnickým osobám. (Usnesení, 1992) Článek 26 společně s článkem 11 Listiny o ochraně vlastnictví je základem pro ochranu hospodářství a soukromého vlastnictví. (Černá et al., 2016, s. 123)

Dle přístupu zákonodárců k podmínkám podnikání existují dvě kategorie podnikání, a to:

- **Zákonem neregulované podnikání** je takové podnikání, u kterého nejsou stanoveny žádné zákonné podmínky. Jedná se o činnosti, na něž se působnost živnostenského zákona nevztahuje a nejsou podřazeny ani pod jiné zvláštní zákony, které upravují podmínky podnikání (např. pronájem nemovitosti...). U těchto činností se uplatňuje základní princip dle čl. 2 odst. 3 Listiny: „co není zakázáno, je dovoleno.“
- **Zákonem regulované podnikání** je rozuměno takové podnikání, u kterého jsou stanoveny podmínky podnikání zákonem společně v souladu s čl. 26 odst. 2 Listiny. Tyto podmínky musí být splněny pro získání podnikatelského oprávnění. Pokud podnikatel splněním předepsaných podmínek získá dané podnikatelské oprávnění, hovoříme o oprávněném podnikání. Pokud by podnikatel vykonával činnost bez příslušného oprávnění vyžadované zákonem nebo mimo jeho rámec, dopouštěl by se neoprávněného podnikání. Tento způsob podnikání je v oblasti veřejného práva považován za přestupek nebo správní delikt. (Černá et al., 2016, s. 123-125; Usnesení, 1992) Dle § 251 tr. zákoníku se podnikatel v případě neoprávněného podnikání ve větším rozsahu dopouští trestného činu s odnětím svobody nebo zákazem činnosti. (Česko, 2009) Zákonem regulované oprávnění, které vzniká a je upravováno na základě živnostenského zákona, nazýváme **živnostenské podnikání**. Činnosti, na které se nevztahuje působnost živnostenského zákona, jsou provozovány v rámci **neživnostenského podnikání**. Do této skupiny řadíme tzv. svobodná povolání advokátů, lékařů, architektů atd. (Černá et al., 2016, s. 123–125)

## 2.1 Právní formy podnikání

Při zakládání podnikatelského subjektu se každý podnikatel musí rozhodnout, jakou právní formu svého podnikání si zvolí. Každá z nich má své náležitosti, které jsou upraveny zákonem č. 455/1991 Sb., Zákonem o živnostenském podnikání, zákonem č. 90/2012 Sb., Zákonem o obchodních korporacích a v neposlední řadě zákonem č. 89/2012 Sb., Občanským zákoníkem. Jednotlivá práva a povinnosti následně vyplývají z výběru dané formy podnikání.

### 2.1.1 Fyzická osoba

Fyzickou osobou rozumíme osobu, která podniká na základě živnostenského nebo jiného oprávnění. Ve většině případů vykonává činnost menšího rozsahu, kterou sama řídí a vede. Podnikající fyzická osoba je označována jako OSVČ (tedy osoba samostatně výdělečně činná), která vykonává samostatnou výdělečnou činnost (např. provozuje živnost, uměleckou činnost atd.) a má příjmy ze samostatné činnosti uvedené v §7, odst. 1 a 2 zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů. (Česko, 1992; OSVČ, © 2023) Živnost může provozovat každá fyzická osoba, která splní všeobecné, případně i zvláštní podmínky.

Všeobecnými podmínkami dle § 6 živnostenského zákona jsou:

- plná svéprávnost – dosažení plnoletosti, věku 18 let
- bezúhonnost – občan České republiky ji prokáže výpisem z evidence Rejstříku trestů, ŽÚ si zajistí sám

Zvláštními podmínkami provozování živnosti se dle § 7 živnostenského zákona (Česko, 1991b) rozumí „*odborná nebo jiná způsobilost, pokud je tento zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují.*“ Odbornou způsobilost je nutné doložit dokladem o odborné kvalifikaci, popřípadě dokladem o vykonané praxi v oboru, je-li to v rámci odborné způsobilosti vyžadováno. (Česko, 1991b)

Z pohledu způsobu vzniku živnostenského oprávnění rozlišujeme živnosti na:

**Živnost ohlašovací**, u které vzniká oprávnění k provozování živnosti na základě ohlášení podnikatelem a za splnění zákonem vymezených podmínek. Dále ji dělíme na:

- **živnost volná** – výčet oborů volné živnosti je uveden v příloze č. 4 živnostenského zákona. Na tyto obory jsou kladeny minimální požadavky a pro provozování živnosti

stačí pouze splnění všeobecných podmínek a nesmí trvat žádná z překážek provozování živnosti (dle § 8 ŽZ). Odborná či jiná způsobilost není vyžadována.

- **živnost řemeslná** – provozování této živnosti si již žádá, vedle splnění všeobecných podmínek, i splnění zvláštních podmínek odborné způsobilosti doložené výučním listem, dokladem o absolvované praxi nebo maturitním vysvědčením. Příloha č. 1 živnostenského zákona předkládá výčet řemeslných živností jako např. hodinářství, zlatnictví, truhlářství aj.
- **živnost vázaná** – živnost vázaná může být vykonávána pouze za podmínek splnění odborné způsobilosti, a to nejen dle živnostenského zákona, ale i dle zvláštních zákonů. Mezi tyto živnosti můžeme zařadit např. nakládání s nebezpečnými odpady.

**Živnost koncesovaná** vzniká na základě rozhodnutí o vydání koncese živnostenským úřadem, doplněné kladným vyjádřením příslušných správních orgánů. Pro získání koncesované živnosti je třeba splnit nejen zákonem předepsanou odbornou způsobilost dle přílohy č. 3 zákona o živnostenském podnikání, ale i jinou způsobilost upravenou příslušnými zákony. (Černá et al., 2016, s. 132, 133)

### 2.1.2 Živnostenský rejstřík

Údaje o osobách podnikajících dle živnostenského zákona jsou zaznamenávány do živnostenského rejstříku. Jedná se o informační systém veřejné správy, který je spravován Ministerstvem průmyslu a obchodu a provozován krajskými a obecními živnostenskými úřady. Živnostenský rejstřík je veden v elektronické podobě a skládá se z veřejné části, ve které jsou zveřejněny informace v rozsahu stanovené zákonem, a z části neveřejné, k jejímž údajům mají přístup jen oprávněný podnikatel a zákonem stanovený orgán. (Živnostenský rejstřík, 2017)

### 2.1.3 Právnícká osob

Právníckou osobou rozumíme fyzickou nebo právníckou osobu, která má právní osobnost, tedy způsobilost mít práva a povinnosti v mezích právního řádu a je zapsána do obchodního rejstříku. Právníckou osobou jsou dle zákona č. 90/2012 Sb., zákona o obchodních korporacích obchodní korporace, kterými jsou obchodní společnosti a družstva, která se dále dělí na:

**Obchodní společnosti:**



- Osobní společnosti: **veřejná obchodní a komanditní společnost**, kterou zakládají minimálně dva společníci společenskou smlouvou společníků. Příjmy jsou zdaňovány v rámci přiznání fyzických osob společníků a zisk se dělí rovným dílem mezi společníky. Výhodou je absence povinnosti úpisu základního kapitálu, nevýhodou je ručení za všechny závazky společnosti celým svým majetkem.
- Kapitálové společnosti: **společnost s ručením omezeným**, která se zakládá společenskou smlouvou, v případě více společníků (maximálně 50), nebo zakládací listinou u jednoho společníka. Základní kapitál činí minimálně jednu korunu. Společnost ručí za závazky celým svým majetkem, společníci do výše svých nesplacených vkladů. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, statutárním orgánem zastupující společnost navenek je jednatel. Pokud je dle společenské smlouvy ustanoven kontrolní orgán, plní tuto funkci dozorčí rada. Nevýhodou tohoto typu společnosti je vytvoření základního kapitálu a povinná tvorba zákonného rezervního fondu. Společník nemůže vybírat prostředky pro osobní spotřebu. Výhodou je možnost prodeje obchodního podílu, který se může i dědit, a zejména omezené ručení. **Akciová společnost** – zřízení této společnosti je vhodné zejména pro provoz větších podnikatelských subjektů s velkou kumulací kapitálu.
- Evropská společnost
- Evropské hospodářské zájmové sdružení

#### **Družstva:**

- Družstvo (bytové, sociální)
- Evropská družstevní společnost (Česko, 2012b)

#### **2.1.4 Obchodní rejstřík**

Obchodní rejstřík je veřejným seznamem všech společností a fyzických osob v něm zapsaných. Jsou v něm zapsány povinné údaje o podnikajících osobách dle nařízení obchodního zákoníku. Veřejně přístupné údaje obchodního rejstříku jsou evidovány v digitální podobě na serveru Justice.cz, který je provozován ministerstvem spravedlnosti. (Obchodní rejstřík, vyhledávání v obchodním rejstříku, © 2018)

## 2.2 Účetnictví podnikatele

Význam účetnictví spočívá v poskytování informací o hospodaření a finanční situaci dané účetní jednotky, které slouží nejen různým uživatelům, ale zejména vlastníkům pro účely provádět ekonomická rozhodnutí. Aby mohla být daná rozhodnutí co nejefektivnější a nejúčelnější je zapotřebí, aby vypovídací schopnost informace byla úplná, srozumitelná, přesná a včasná. (Novotný, 2022, s. 17) Účetnictví zobrazuje stav a pohyb majetku (aktiv), dluhů (pasiv), nákladů, výnosů a výsledku hospodaření. Účetnictví je možné charakterizovat jako metodu hodnotového zobrazování ekonomické činnosti. (Černá et al., 2016, s. 167)

Účetnictví je upraveno zákonem o účetnictví č. 563/1991 Sb., přičemž § 1 odst. 2 zák., zákona o účetnictví ukládá vybraným podnikatelům povinnost vést účetnictví nikoliv daňovou evidenci. Tato povinnost se dle zákona o účetnictví vztahuje i na podnikatele, fyzické osoby, kteří se dobrovolně rozhodnou, že povedou účetnictví, přestože se na ně ze zákona tato povinnost nevztahuje. (Česko, 1991a)

### 2.2.1 Podvojně účetnictví

Povinnost vést tzv. podvojně účetnictví mají podnikatelé taxativně vymezeni v zákoně o účetnictví. Podvojně účetnictví je charakteristické podvojností zápisu, kdy každý účetní případ je zaznamenán na straně „Má dáti“ jednoho účtu souvztažně se stranou „Dal“ druhého účtu. (Černá et al., 2016, s. 175) Aby účetnictví plnilo svou informační funkci pro další rozhodování a sloužilo k vyjádření situace podniku, a to jak majetkové, finanční tak i důchodové, považuje Novotný (2022, s. 20) za nezbytné dodržovat „zásadu pravdivého a věrného zobrazení skutečnosti“. Tuto účetní zásadu považuje za nadřazenou všem ostatním obecně uznávaným zásadám a principům, které jsou součástí zákona o účetnictví.

### 2.2.2 Daňová evidence

Podnikatelé, kteří nejsou dle zákona č. 563/1991 Sb. o účetnictví účetními jednotkami, mohou pro účely zjištění základu daně z příjmů vést daňovou evidenci. Daňová evidence slouží k evidenci údajů o příjmech a výdajích, majetku a dlužích. (Dušek, 2021, s. 9, 10)

### 2.2.3 Paušální výdaje

Pokud podnikatel není povinen vést účetnictví má možnost se rozhodnout, zda bude vykazovat výdaje ve skutečné výši (prokazatelně vynaložené na dosažení, zajištění a udržení příjmů) pomocí daňové evidence, nebo paušální částkou. Způsob uplatnění výdajů paušální

částkou je upraven § 7/7 zákona č. 586/1992 sb., o daních z příjmů, a to procentem z evidovaných příjmů. Poplatník nevede daňovou evidenci, pouze eviduje příjmy, společně se závazky a pohledávkami. (Dušek, 2021, s. 27)

Poplatník může uplatnit výdaje paušální částkou v závislosti na druhu podnikatelské činnosti, a to ve výši:

- **80 %** z příjmů ze zemědělské výroby, lesního a vodního hospodářství. Z živnostenského podnikání řemeslného (výdaje lze uplatnit nejvýše do 1 600 000 Kč)
- **60 %** z příjmů živností ostatních (výdaje nejvýše do 1 200 000 Kč)
- **40 %** z příjmů z jiné samostatné činnosti (výdaje nejvýše do 800 000 Kč)
- **30 %** z příjmů z pronájmu majetku zařazeného v OM (výdaje nejvýše do 600 000 Kč) (Česko, 1992)

Pokud poplatník využije paušální výdaje, které uvede v daňovém přiznání, způsob uplatnění výdajů již nemůže změnit a nemůže podat dodatečné daňové přiznání s uplatněnými skutečnými výdaji. Paušální výdaje mohou uplatnit i plátcí DPH, ovšem za předpokladu, že dle § 100 zákona o DPH povedou evidenci pro účely stanovení daně z přidané hodnoty. (Bartůšková, 2021)

#### 2.2.4 Paušální režim

Paušální režim je určen pro některé OSVČ, kterým je umožněno za daných podmínek provést veškeré zákonné daňové odvody jedinou měsíční platbou. Veškerá komunikace probíhá pouze prostřednictvím finančního úřadu, který předá potřebné informace jak správě sociálního zabezpečení, tak zdravotní pojišťovně. S těmito úřady podnikatel již nemusí komunikovat, nepodává hlášení a nezasílá žádné platby. (Dušek, 2021, s. 14)

Poplatníkem v paušální režimu může být OSVČ, která není plátcem DPH, není společníkem v.o.s. ani komplementářem komanditní společnosti, není dlužníkem v rámci insolvenčního řízení, nesmí mít příjem ze závislé činnosti. Od roku 2023 je hranice příjmů ze samostatné činnosti pro vstup do režimu paušální daně zvýšená na 2 mil. Kč. Poplatník podá oznámení paušálního režimu správci daně, ve kterém si zároveň zvolí jedno ze tří pásem paušálního režimu.

Výše měsíční paušální daně pro rok 2023 činí 6 208 Kč a zahrnuje minimální zdravotní pojistné (2 722 Kč), minimální sociální pojistné navýšené o 15 % (3 386 Kč) a daň z příjmu

ve výši 100 Kč. Zálohy na daň jsou splatné do 20. dne daného měsíce, popřípadě je možné zaplatit daň jednorázově na celý rok. (Paušální daň, 2023)

### 2.3 Podnikání v oboru masérské, rekondiční a regenerační služby

Podnikání v oboru „**Masérské, rekondiční a regenerační služby**“ spadá dle zákona č. 455/1991 Sb., živnostenského zákona pod živnost ohlašovací vázanou. Je tedy zapotřebí, vedle splnění obecných podmínek, dosáhnout i potřebné odborné způsobilosti uvedené v příloze č. 2 živnostenského zákona. (Česko, 1991b)

V příloze č. 2 k zákonu č. 455/1991 Sb. jsou definovány požadované odborné způsobilosti:

- odborná způsobilost k výkonu povolání lékaře a specializovaná způsobilost v oboru specializace rehabilitační a fyzikální medicína nebo tělovýchovné lékařství dle zvláštního právního předpisu zákona č. 95/2004 Sb., ve znění zákona č. 125/2005 Sb., nebo
- odborná způsobilost k výkonu povolání fyzioterapeuta nebo maséra nebo nevidomého a slabozrakého maséra podle zvláštního právního předpisu zákona č. 96/2004 Sb., ve znění zákona č. 125/2005 Sb. nebo
- vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a studijním oboru rehabilitačního nebo tělovýchovného zaměření, nebo
- osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo
- profesní kvalifikace pro klasickou masáž nebo sportovní masáž dle zvláštního předpisu zákona č. 179/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů. (Česko, 1991b)

Narizení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností v příloze č. 3 přesně definuje obsahovou náplň živnosti „**Masérské, rekondiční a regenerační služby**“, a to jako: „*Poskytování sportovních, rekondičních a regeneračních masáží (které jsou prováděny na zdravých jedincích a nenavodí léčebný proces), s vyloučením techniky reflexní masáže, a poskytování regeneračních a rekondičních služeb.*“ (Česko, 2008, příloha č. 3) Narizení vlády tímto odkazuje na skutečnost, že se jedná o masáže, jejichž provádění nespadá

do oblasti zdravotnictví a tudíž mají minimální nebo spíše žádný léčebný efekt. Sledujeme zde zejména psychologický nikoliv terapeutický význam masáže. (Sedmík, 2015, s. 7-8)

Vzhledem k tomu, že masérské, regenerační a rekondiční služby spadají, dle zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, mezi činnosti epidemiologicky závažné, je povinností provozovatele oslovit Krajskou hygienickou stanicí. V případě poskytování služeb v samostatné provozovně, je důležité dodržet další zákonné postupy, jejichž účelem je získat patřičná oprávnění k provozování činnosti. (Nejčastější dotazy týkající se schválení provozovny osobních služeb Hygienickou stanicí, © 2018)

**Druhy oprávnění** a činnosti vedoucí k získání povolení provozování masérské činnosti:

- Důležitou podmínkou je vypracovat **provozní řád** dle § 21 odst. 3 a 4 a § 100 zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, který je zapotřebí předložit místně příslušnému pracovišti KHS. Společně s provozním řádem je nutné předložit žádost o jeho schválení, projektovou dokumentaci (popřípadě schematický dispoziční náčrt provozovny), kopii ŽL a žádost o vydání stanoviska. (Česko, 2000)
- Oslovit hasičský záchranný sbor s žádostí o vypracování **protipožárních opatření**.
- Podat žádost na stavební úřad, který musí provozovnu schválit vydáním rozhodnutí o jejím užívání. KÚ vydá buď **kolaudační souhlas** nebo **souhlas o změně účelu užívání**. Podkladem pro řízení je závazné stanovisko, které bylo vydáno KHS společně s vypracovaným bezpečnostním protipožárním opatření a stanoviskem HZS.

Po ukončeném schvalovacím procesu se provozovna nahlásí na živnostenském úřadě.

- § 19 a § 20 zákona č. 258/2000 Sb., zákon o ochraně veřejného zdraví uvádí, že fyzická osoba, která vykonává činnost epidemiologicky závažnou, za kterou se považuje i provozování masérských služeb, je povinna mít **zdravotní průkaz**. (Česko, 2000)

**Administrativní úkony vedoucí k získání živnostenského oprávnění a další povinnosti:**

- Ohlášení živnosti na ŽÚ nebo prostřednictvím kontaktního místa veřejné správy (CzechPoint). Při ohlášení živnosti je zapotřebí předložit:
  - vyplněný příslušný formulář

- občanský průkaz k ověření totožnosti a plnoletosti
- doklad o prokázání bezúhonnosti výpisem z evidence Rejstříku trestů – ŽÚ si obstará sám
- doklady o prokázání odborné způsobilosti podnikatele
- doklady o prokázání právního důvodu k užívání prostor uvedených jako místo podnikání
- doklad o zaplacení správního poplatku ve výši 1 000 Kč (500 Kč za další ohlášení, 50 Kč za přijetí podání prostřednictvím CzechPointu)
- Prostřednictvím „Jednotného registračního formuláře pro fyzické osoby“ (JRF) je možné provést na ŽÚ registraci i k dalším úřadům, a to: OSSZ, ZP a k úřadu práce. Přihlášku k registraci nebo oznámení pro FÚ je možné podat taky prostřednictvím ŽÚ ovšem na formuláři Ministerstva financí. (Holubec, 2017)
- Přihlášení k Zákonnému pojištění odpovědnosti zaměstnavatele u České pojišťovny a.s. nebo u Kooperativy, československé družstevní pojišťovně, a.s. K zákonnému pojištění je povinen se přihlásit každý podnikatel zaměstnávající alespoň jednoho zaměstnance, a to na základě zákona č. 262/2006 sb., zákoník práce. (Zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za škodu při pracovním úrazu nebo z nemoci z povolání, 2023)

### 3 NÁSTROJE ANALÝZY PROSTŘEDÍ

Vzhledem k tomu, že se každé podnikání uskutečňuje v určitém prostředí, které se neustále a dynamicky mění, je zapotřebí toto prostředí (trh) zmapovat. Aby firmy udržely krok se svou konkurencí, musí na dané změny reagovat a přizpůsobovat se. (Karlíček, 2018, s. 40) Za účelem prozkoumání jednotlivých složek a vlastností vnějšího prostředí (makroprostředí a mikroprostředí), ve kterém bude firma podnikat, a které na ni působí a ovlivňují její činnost, budou použity nástroje PEST analýzy a Porterovy analýza. Vnitřní prostředí firmy bude zkoumáno metodou SWOT analýzy. (Jakubíková, 2013, s. 94)

#### 3.1 PEST analýza

PEST analýza, jakožto součást strategického managementu, se používá pro zhodnocení vývoje vnějšího prostředí, konkrétně makroprostředí. Jde o širší rámec označení pro podnikání v rámci daného trhu, který zahrnuje politicko-právní, ekonomické, sociálně-kulturní a technologické prostředí. (Karlíček, 2018, s. 41) Jakubíková (2013, s. 99) uvádí, že se jedná o „*okolnosti, vlivy a situace, které firma svými aktivitami nemůže nebo jen velmi obtížně může ovlivnit*“. Karlíček (2018, s. 41) ještě doplňuje, že faktory uvedené výše ovlivňují poptávku. Trendy prostředí představují pro firmu příležitost, zvyšují-li poptávku nebo hrozbu, vedou-li ke snížení poptávky. Proto je pro podnikatele důležité tyto prvky makroprostředí vyhodnotit v rámci své analýzy, aby mohl lépe a rychleji reagovat na případné změny (hrozby/příležitosti) a zamezit tak potenciálnímu riziku nebo naopak využít příležitosti.

Slovo PEST je akronymem tvořeným počátečními písmeny anglických slov, která označují nejdůležitější oblasti okolí firmy, kterým by měla být věnována pozornost, a to **P**olitical, **E**conomic, **S**ocial, **T**echological.

- **Politicko-legislativní faktory** – politicko-právní prostředí vytváří rámec pro všechny oblasti podnikání. Politická rozhodnutí, výše daňové zátěže, politická stabilita, legislativní omezení a regulace ze strany státu, stejně tak EU mohou významně ovlivnit nejen obor, ale i celý sektor podnikání.
- **Ekonomické faktory** – pro hodnocení makroekonomického prostředí se používají makroekonomické indikátory, kterými jsou míra ekonomického růstu (pokles je pro firmu hrozbou, dochází ke snížení spotřeby, tlaku na konkurenci, nižší zisky), míra inflace (obtížná předvídatelnost návratnosti investice), úroková míra (růst je

pro firmu hrozbou z hlediska ovlivnění kapitálových nákladů), růst nebo pokles ceny práce.

- **Sociálně – kulturní faktor** – tento faktor sleduje změny ve spotřebitelském chování např. v důsledku změny v životním stylu. Dále sleduje aspekty jako struktura obyvatelstva, úroveň vzdělání, kulturní hodnoty, náboženství a jeho vliv, demografické trendy atd.
- **Technologické faktory** – díky rychlému vývoji a změnám v oblasti technologií mohou být pro některé firmy tyto změny velkou hrozbou, pokud se nesledují. Naopak pro některé firmy mohou být příležitostí, jak získat náskok před konkurencí. Je ovšem potřeba zmínit i obory, ve kterých je míra technologických změn zanedbatelná, a to například z důvodů zachování tradičního způsobu výroby. (Srpková, 2011, s. 164, 165)

Pozn.: Analýza širšího vnějšího prostředí firmy může být dle Keřkovského a Nováka, (2015, s. 94) taky nazývána jako SLEPT nebo PESTL analýza, kdy součástí názvu je i oblast právních faktorů („L“ – Legal). Popřípadě bývá do akronymu zařazeno ještě další písmeno „E“, tedy Environmental (životní prostředí) – PESTEL.

### 3.2 Porterův model pěti sil

Autorem analýzy pěti konkurenčních sil je Michael E. Porter. Porterův model je považován za nástroj, který slouží pro zpracování analýzy mikroprostředí, odvětví a jeho rizik. Provedená analýza by měla sloužit k vypracování strategie směřující proti konkurenci a učinit tak podnikatele jedinečným. Měla by podnikateli pomoci charakterizovat jednotlivé subjekty trhu, jejich vzájemné působení a rizika, která z jejich strany hrozí podniku. Hlavním smyslem konkurence, z pohledu Portera, není porazit soupeře, ale vytvořit hodnoty a dosáhnout zisku. (Kermally, 2006, s. 40, 41; Magretta, 2012, s. 25, 41)

Dle Portera existuje pět sil, které jsou zásadní pro všechna odvětví, a které řídí pravidla konkurence:

- **Hrozba substitučních výrobků nebo služeb** – hrozba může pocházet od výrobků nebo služeb, které uspokojují potřeby zákazníků podobným způsobem jako základní produkt.
- **Konkurenční rivalita** – vysoká míra stávající konkurence bude mít vliv na nižší ziskovost. Nejvážnější formou rivality je cenová konkurence.



- **Hrozba vstupu nových konkurentů** – nově příchozí zvyšují kapacitu daného odvětví a budou usilovat o část tržního podílu. Odvětví je před touto hrozbou chráněno bariérami, které je nutné při vstupu překonat.
- **Vyjednávací síla kupujících** – v případě velké vyjednávací síly, mohou kupující působit na stlačení ceny, popřípadě mohou žádat vyšší hodnotu nabízeného produktu
- **Vyjednávací síla dodavatelů** – dodavatelé si v případě velké vyjednávací síly mohou stanovovat vyšší ceny. (Magretta, 2012, s. 48-55)

### 3.3 SWOT analýza

Srpová (2011, s. 31) uvádí, že SWOT analýza slouží k posouzení všech aspektů podnikatelského plánu z hlediska čtyř oblastí: silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Jakubíková (2013, s. 129) dodává, že se jedná o jednu z nejpoužívanějších analýz vnitřního prostředí, která poskytuje přehled o tom, do jaké míry je současná strategie firmy se svými silnými a slabými stránkami schopna vyrovnat se s nastávajícími změnami v prostředí.

SWOT analýza se skládá ze dvou dílčích analýz, a to SW (strengths, weaknesses) a OT (opportunities, threats) analýzy. Jakubíková (2013, s. 129) doporučuje začít OT analýzou, tedy analýzou příležitostí a hrozeb, která se určuje dle vnějšího makro – i mikroprostředí firmy. Keřkovský a Nováka (2015, s. 132) doplňují, že příležitosti a hrozby jsou identifikovány při zpracovávání vnějších analýz, jako SLEPT analýzy, Porterovy analýzy a v ostatních externích analýzách, a že z hlediska firmy jsou tyto faktory neovlivnitelné. Po OT analýze následuje SW analýza vnitřního prostředí firmy, která pomocí vnitropodnikových analýz a hodnotících systémů určí silné a slabé stránky firmy.

Při vypracování SWOT analýzy Keřkovský a Novák (2015, s. 131) doporučují respektovat následující zásady:

- Zaměřit se, v rámci strategické analýzy, pouze na strategická (podstatná) fakta. Příliš mnoho faktů může komplikovat jejich využití.
- SWOT analýza by se měla zpracovat s ohledem na konkrétní účel, závěry by tedy měly být relevantní.
- SWOT analýza by měla obsahovat pouze fakta týkající se analyzované oblasti a problému.
- SWOT analýza by měla být objektivním odrazem vlastností analyzovaného objektu.

Srpová (2011, s. 31) uvádí, že SWOT analýza definuje skutečnosti a faktory, které se pro firmu jeví jako:

**Silné stránky (Strengths)** - představují přednosti, které mají zlepšit pozici firmy na trhu. Ukazují, v čem je firma oproti konkurenci lepší.

**Slabé stránky (Weaknesses)** – představují nevýhodu vůči konkurenci. Na uvedenou slabou stránku je vhodné odpovědět pozitivem. Cílem je poukázat na pozitivní řešení vedoucí k odstranění slabin.

**Příležitosti (Opportunities)** – můžeme na ně nahlížet jako na mezery na trhu, atraktivní příležitosti, které by mohly přinést výhody. Měly by být tedy posuzovány z pohledu atraktivity a pravděpodobnosti úspěchu.

**Hrozby (Threats)** – jedná se o problémy, které by mohly nastat, a které by bylo nutno řešit. Hrozby by proto měly být posuzovány z hlediska jejich závažnosti a pravděpodobnosti, že by mohly nastat.

## 4 MARKETING

Marketing je důležitou částí pro tvorbu a realizaci firemní strategie, vedoucí k naplnění cílů. Je založen na vztazích se zákazníky, kdy zákazník a zejména jeho potřeby jsou prioritou podnikatelského procesu, přičemž je důležité, aby uspokojování zákaznických potřeb bylo pro firmu ziskové. (Jakubíková, 2013, s. 51; Karlíček, 2018, s. 21) Dib (2018, s. 16) říká, že marketing není jen reklama nebo značka sloužící k získání zákazníka. Marketing považuje za strategii, používanou k získání ideálního cílového trhu a k vybudování důvěry u nových zákazníků. Ostatní aktivity spojené s marketingem označuje jako taktiku. Dib strategii označuje jako plánování v širším kontextu, která předchází stanovení taktiky.

Pomocí marketingového výzkumu má firma možnost získat náhled na dynamiku trhů, měřit dopad změn obchodního prostředí, získat přehled o mixu jednotlivých prvků služeb a jejich poskytovatelům umožňuje vyhodnocovat strategie a monitorovat chování zákazníků. (Jauhari a Dutta, 2017, s. 271) Dib (2018, s. 19) ovšem upozorňuje na rozdíl mezi marketingem velkých a malých a středních podniků. Pokud by malý podnikatel zvolil přístup k marketingu po vzoru velké firmy zjistil by, že takový marketing nefunguje a mohl by tím zničit své podnikání. Hlavní problém tkví v rozdílných strategiích a prioritách velkých a malých firem.

Z pohledu marketingu, dle Šafrové Drášilové (2019, s. 94), rozlišujeme dva typy trhů dle toho s jakými zákazníky pracujeme. B2B (business – to – business) v tomto případě se jedná se zástupcem podniku jako se zákazníkem, kdežto u modelu B2C (business – to – customer) je zákazníkem konečný spotřebitel, který vynakládá své vlastní peníze. Chování kupujících je tedy odlišné stejně jako citlivost na marketingové nástroje.

### 4.1 Marketingový mix

Základem úspěšné marketingové strategie je vlastní produkt a stanovená cena, jeho umístění na trhu a vhodná propagace. Dohromady tyto prvky tvoří důležitou součást marketingového plánu, kterou nazýváme marketingový mix označovaný jako 4P. (Colwell, 2019, s. 129) Marketingový mix zahrnuje taktická marketingová rozhodnutí vycházející ze strategického marketingu. Aby marketingová strategie fungovala efektivně, musí taktická rozhodnutí odpovídat cílovému segmentu. (Karlíček, 2018, s. 152)

Kermally (2006, s. 9, 10) a Šafrová Drášilová (2019, s. 128) definují marketingový mix 4P následovně:

- **Produkt (Product)** – výrobek můžeme rozdělit na hmotný (zboží) nebo nehmotný (poskytovaná služba). Služby mají specifické vlastnosti. Služba je nehmotnou věcí, která je pomíjivá, neoddělitelná, a se kterou nemůžeme manipulovat (uchovat, poslat, uložit). Její poskytnutí je závislé na dohodě se zákazníkem, kdy mu bude poskytnuta. Aby byl zákazník spokojený, měla by být služba poskytována konzistentně, tzn. za stejnou cenu by měla být poskytnuta stejná úroveň služby. Spokojenost zákazníka bývá často jediným měřítkem kvality služby.
- **Cena (Price)** – Kermally (2006, s. 9) ve své publikaci definuje cenu jako snahu o vytvoření hodnoty na trhu, kdy cena není jen o nákladech, ale je dána i postavením konkurence a chováním spotřebitele.
- **Místo (Place)** – tento prvek řeší otázku formy prodeje, zda bude produkt poskytován za pomoci distributorů nebo přímou cestou. V rámci tohoto prvku můžeme uvažovat i o logistice jako doprava a distribuce.
- **Propagace (Promotion)** – řeší, jakým způsobem a v jakých médiích bude produkt inzerován.

Colwell (2019, s. 130) doplňuje, že marketingový mix není pouhý seznam čtyř prvků. Důležitá je jejich provázanost a sladěnost s ohledem na zákazníka a nabízený produkt a to tak, aby naplňovaly firemní marketingové a prodejní cíle a maximalizovaly zisk. Nejprínosnější by byl takový výběr marketingového mixu, ve kterém by jednotlivé prvky posilovaly účinky dalších. Prvky marketingového mixu nejsou konstantní a pevně dané. Jak se vyvíjí firma mohou se měnit i cíle, čímž může docházet i ke změnám potřeb v oblasti propagace. Jedná se o neustálý, dynamický proces.

Vedle marketingového mixu 4P bývá užívána i zkratka 4C. Karlíček (2018, s. 152), stejně jako Šafrová Drášilová (2019, s. 123, 124) se shodují na tom, že mix 4P řeší marketing z pohledu podniku, kdežto mix 4C zdůrazňuje hledisko zákazníka. Rozumí se tím vytváření hodnoty pro zákazníka (customer value), náklady (cost), komunikace (communication) a dostupnost hodnoty nebo i pohodlí (convenience). Oba přístupy jsou téměř shodné, mix 4C slouží k většímu uvědomění si potřeb zákazníky a odlišnost sledujeme pouze ve směru, z kterého pohlížíme na marketingový mix.

## 5 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podnikatelský plán by měl být sestaven ve chvíli, kdy se budoucí podnikatel rozhodne, že chce svůj podnikatelský nápad realizovat. Sestavování podnikatelského plánu podnikateli pomůže získat náhled na svůj byznys dle různých aspektů, utřídí si jednotlivé kroky vedoucí k vytyčenému cíli a ověřit si, zda je nápad reálný a životaschopný. Ujasní si, jaké kroky musí učinit ve vztahu k zákazníkům, kde bude svůj produkt nabízet, jaká je konkurence na trhu apod. (Srpková, 2011, s. 14; Svobodová a Andera, 2017, s. 69) Šafrová Drášilová (2019, s. 55) uvádí, že: „*cílem podnikatelského plánu je odhalit potenciální rizika, připravit se na ně a realisticky zvážit, jaká je šance celého projektu na úspěch*“

Blackwell (2017, s. 161) poukazuje na všestrannou sílu podnikatelského plánu. Uvádí, že by plán neměl obsahovat pouze ty nejzajímavější aspekty, ale i ty méně atraktivní. Zdůrazňuje, že potenciální čtenář podnikatelského plánu musí mít pocit, že bude někdo zodpovědný za efektivní řešení případných problémů.

Blackwell (2017, s. 5) dále uvádí, že by se při sestavování podnikatelského plánu měly dodržovat obecné zásady. Plán by měl být:

- jasný
- stručný
- logický
- pravdivý
- podložený čísly

### 5.1 Struktura podnikatelského plánu

Pro podnikatelský plán neexistuje žádná závazně daná struktura. Existují různé typy plánů a struktura podnikatelského plánu by měla odrážet účel, pro který je sestaven. Body, na které se bude podnikatel v plánu zaměřovat budou souviset s tím, komu je plán určen. Podnikatel si strukturu plánu může pro svou vlastní potřebu upravovat a aktualizovat. (Blackwell, 2017, s. 7; Svobodová a Andera, 2017, s. 70) V tom, jakou strukturu by měl podnikatelský plán mít se liší i jednotliví autoři. Odlišnosti je možné spatřovat zejména v pořadí nebo označení kapitol.

## 5.2 Účel podnikatelského plánu

Jak již bylo zmíněno výše, struktura podnikatelského plánu vychází z účelu, pro který je plán sestavován.

Podnikatelský plán může podnikatel sestavovat pro:

- **sebe** – pokud píšeme podnikatelský plán sami pro sebe nejdůležitější je zaměřit se zejména na správné stanovení cílů a odhalení co nejvíce možných rizik, bariér a překážek, která jsme schopni předvídat. Dále je důležitá strategie získávání zákazníků a dobře propracovaný finanční plán.
- **investory a banky** – pro investory je nejdůležitější popis a informace o poskytovaném produktu, podniku, zkušenostech a situaci na trhu.
- **soutěže a granty** – důležitá je prezentace produktu ve vztahu k zákazníkovi.
- **klíčové zaměstnance** – jedná se o projekty závislé na získání lidí se specifickými znalostmi a dovednostmi (Šafrová Drášilová, 2019, s. 57)

## 5.3 Mise, vize, cíle

**Mise** je důvodem, vysvětlením, proč byla firma založena, proč existuje a jakým způsobem dosahuje cílů. Mise se soustřeďuje na přítomnost, popřípadě nejbližší budoucnost a účelem její existence je naplňování určitého poslání, kterým je poskytnout služby zákazníkům. (Keřkovský a Novák, 2015, s. 3)

**Vizi**, rozumíme vytyčení směru, kde by se firma v budoucnu chtěla nacházet, čeho by chtěla dosáhnout. Můžeme hovořit o činnostech směřujících k naplnění cíle. (Srpová, 2011, s. 163)

**Vize** představuje soubor priorit firmy vycházejících z cílů a plánů. Vize by měla být realistická, jasně formulovaná a motivující pro všechny zainteresované. (Jakubíková, 2013, s. 19)

**Cíle** firmy se odvozují od její vize. Cíle představuje skutečnost, které chce firma dosáhnout a činí tak svou existencí a prováděnými činnostmi. (Keřkovský a Novák, 2015, s. 5)

Cíle by dle Keřkovského a Nováka (2015, s. 5) a Srpové (2011, s. 18) měly naplňovat požadované vlastnosti splněním podmínek SMART:

- **Specific (stimulating)** – cíl přesně daný a popsáný. Stimulující k dosažení výsledů
- **Measurable** – měřitelnost dosahování cílů
- **Acceptable (achievable)** – akceptovatelnost pro zainteresované osoby

- **Realistic** – reálnost, dosažitelnost cíle
- **Timed** – termínované, časově vymezené

Srpová (2011, s. 18) doplňuje, že by se cíle měly stanovit v časovém horizontu pěti let, přičemž první dva roky by měly být více konkrétní.

## 5.4 Finanční plán

Finanční plán je nedílnou součástí podnikatelského plánu a jeho kvalitní zpracování je důkazem toho, že podnikatelský záměr je důsledně promyšlený a projekt důkladně připravený. (Šafrová Drášilová, 2019, s. 214). V rámci finančního plánování dochází k transformaci podnikatelského plánu do podoby čísel a ukazuje, zda je podnikatelský záměr z ekonomického hlediska reálný, a zda budou finanční prostředky dostatečné pro splnění požadavků, popřípadě vzniku nepředvídatelných událostí. Výstupem finančního plánu by měly být plán nákladů, výnosů, peněžních toků, plánovaný výkaz zisků a ztrát, plánovaná rozvaha, výpočet bodu zvratu (Blackwell, 2017, s. 161; Srpová, 2011, s. 28)

Výstupem finančního plánu by dle Svobodové a Andery (2017, s. 94-98) měl být:

- **Zakladatelský rozpočet** – tvoří přehled počátečních výdajů a výdajů, zejména provozních, pro první období podnikání. Jedná se o období, dokud firma nebude dosahovat stabilnějších příjmů. Zakladatelský rozpočet slouží pro přehled o potřebě finančních zdrojů pro začátek podnikání.
- **Plán nákladů a výdajů**
  - **Náklady** je možné specifikovat jako ekonomické oběti oceněné v peněžních jednotkách. Můžeme o nich mluvit jako o peněžních částkách zaplacených za účelem dosažení určitého cíle, kterým může být zboží nebo služba. (Sinambela a Djaelani, 2022) Za účelem efektivního řízení jakékoliv podnikatelské činnosti je důležité znát strukturu nákladů, kterou můžeme sledovat dle druhu (uvádí se ve výkaze zisku a ztrát), účelu (slouží pro potřeby rozpočtování a kalkulace), činností (provozní, finanční) a dle závislosti na změnách objemu výroby (náklady variabilní a fixní). (Srpová, 2011, s. 29)

Drury (2021, s. 27), Popesko a Papadaki (2016, s. 38) se shodují, že členění nákladů ve vztahu k měnícímu se objemu výroby je jeden z nejvýznamnějších nástrojů v rámci řízení nákladů, který nám zároveň odpovídá na základní

ekonomické otázky dané společnosti a poskytuje důležité informace pro finanční řízení.

Napříč odbornou literaturou se můžeme setkat s tradičním členěním nákladů, které popisuje i Drury (2021, s. 33):

- ❖ Variabilní náklady (variable costs) – jejichž výše se se změnou produkce mění (spotřeba materiálu, energie k pohonu strojů...).
- ❖ Fixní náklady (fixed costs) – se změnou objemu produkce zůstávají neměnné (odpisy dlouhodobého majetku, pojištění...).
- ❖ Smíšené náklady: semi-variabilní náklady (semi-variable costs). Jde o náklady, které zahrnují jak fixní, tak variabilní složku.

semi-fixní náklady (semi-fixed costs) – jedná se o fixní náklady, které od určitého objemu výroby náhle (skokově) vzrostou.

➤ **Výdajem** rozumíme úbytek peněžních prostředků, který se ne vždy podílí na tvorbě hodnoty. Jako součást výdajů můžeme považovat i zřizovací výdaje. (Srpková, 2011, s. 29)

- **Plán výnosů a příjmů** – zjistíme ze stanovené ceny a odhadnuté velikosti cílové skupiny, tedy velikosti poptávky.
- **Zdroje krytí** – jedná se o veškeré finanční prostředky vložené do podnikání, popřípadě ty, které je potřeba ještě získat.
- **Plánovaný výkaz zisků a ztrát** – sestavuje se ke konci období a vyčísluje náklady, výnosy a hospodářský výsledek.
- **Plánovaná rozvaha** – sestavuje se po sestavení výkazu zisků a ztrát, protože do ní vstupuje zjištěný hospodářský výsledek. Podává přehled o očekávaném vývoji majetku a zdrojích jeho krytí. Rozvaha může být i součástí zakladatelského rozpočtu jako počáteční rozvaha. (Srpková, 2011, s. 28-30)

**Scénáře** – v rámci finančního plánování je vhodné vytvořit i tzv. scénáře finančního plánování, které mají za cíl co nejvíce eliminovat faktor rizika.

- Realistický scénář nejlépe odráží skutečnost.
- Optimistický scénář pracuje s lepší poptávkou i cenami, popřípadě s nižšími náklady.



- Pesimistický scénář počítá s nižší poptávkou, nižší cenou, popřípadě vyššími náklady. Dolní hranicí je úroveň nákladů na úrovni bodu zvratu (Svobodová a Andera, 2017, s. 101)

## 5.5 Bod zvratu

Bod zvratu uvádí, jaká úroveň výkonů musí být zajištěna, aby byly uhrazeny jak fixní, tak i variabilní náklady. Při objemu produkce se v bodě zvratu tržby rovnají nákladům a dosažený zisk se rovná nule. Jedná se o konkrétní objem produkce, kdy při dosažení její výše jsou pokryty pouze náklady, a po jehož překročení výrobky již přispívají k tvorbě zisku. (Popesko a Papadaki, 2016, s. 43-44) Bod zvratu je považován za nejjednodušší nástroj používaný k analýze nákladů a ziskovosti podniku.

- **Výpočet bodu zvratu**

Při výpočtu bodu zvratu se vychází z následujícího vztahu, který ve své publikaci uvádí Popesko a Papadaki (2016, s. 44)

$$q(\mathbf{BZ}) = \frac{FN}{(p-b)} \quad (1)$$

Kde:

$q(\mathbf{BZ})$     objem výkonu, při kterém je dosaženo bodu zvratu

$FN$         fixní náklady celkové

$p$          jednotková cena

$b$          jednotkové variabilní náklady

## 6 SHRnutí TEoretické Části

Teoretická část byla zpracována na základě literárních rešerší a prozkoumaných legislativních pramenů souvisejících s tématem diplomové práce.

Nejprve byly definovány základní teoretické pojmy společně s veřejnoprávním rámcem podnikání, v rámci kterého byly popsány právní formy podnikání a práva a povinnosti z jednotlivých forem vyplývající. Dále byly popsány jednotlivé možnosti vedení účetnictví, jejichž výběr vychází z formy podnikání. Velmi důležitou kapitolou je zpracování veškerých legislativních povinností souvisejících s podnikáním v oblasti masérských služeb. Jsou zde zmíněna veškerá oprávnění a administrativní úkony, které je zapotřebí získat a učinit v souvislosti se získáním živnosti a založením provozovny.

Pro účely analytické části práce jsou v teoretické části popsány analytické nástroje PEST analýzy, Porterovy analýzy a SWOT analýzy určené k analýze vnějšího, ale i vnitřního prostředí. Pro úspěšné vypracování projektu je podrobněji popsán marketingový plán, zejména jednotlivé prvky marketingového mixu. V teoretické části je dále popsán podnikatelský plán, jeho struktura a účel. Nedílnou součástí podnikatelského plánu je plán finanční, ve kterém jsou popsány jeho jednotlivé části společně s různými scénáři, které je vhodné v rámci finančního plánování vytvořit. Poslední kapitolu tvoří výpočet bodu zvratu, který slouží k analýze nákladů a ziskovosti podniku. Pro potřeby bodu zvratu budou identifikovány jednotlivé náklady a bude zjištěn objem služeb potřebných pro dosažení zisku.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 7 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PROSTŘEDÍ

Analytická část se bude opírat o poznatky uvedené v teoretické části práce. Budou použity dílčí analytické nástroje, které poslouží k podrobnému prozkoumání podnikatelského makro i mikroprostředí, do kterého bude nový podnikatelský subjekt zasazen, a které budou na subjekt působit. Pomocí analýzy bude identifikován obor podnikání, trh a cíloví zákazníci. Vliv makroprostředí bude prozkoumán za pomoci PEST analýzy a k analýze mikroprostředí bude použit Porterův model pěti konkurenčních sil.

### 7.1 Identifikace oboru, trhu a zákazníků

#### Identifikace oboru

Podnikatelský subjekt bude poskytovat služby na základě činnosti „Masérské, rekondiční a regenerační služby“, která spadá, dle přílohy č. 2, zákona č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání, pod živnost vázanou. Samotnou ekonomickou činnost podnikání lze identifikovat pomocí klasifikace ekonomických činností NACE, která přiřazuje jednotlivým činnostem kódy. Všechny členské státy EU mají povinnost používat klasifikaci dle NACE. (Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE), 2020)

Dle CZ NACE spadá poskytování masérských služeb do:

- sekce S – Ostatní činnosti,
- oddílu 96 – Poskytování ostatních osobních služeb a
- třídy s kódem 96.040 - Činnosti pro osobní a fyzickou pohodu (CZ-NACE - Klasifikace ekonomických činností, © 2023)

#### Analýza trhu a zákazníků

Provedení identifikace trhu je důležité ještě před samotným vstupem na trh. Je vhodné zaměřit se zejména na velikost trhu, segment zákazníků, jejich počet a zájem o nabízené služby. Součástí analýzy trhu je i zaměření se na konkurenci, která již na trhu působí a její prozkoumání. To vše bude podrobněji analyzováno v podkapitolách 7.2 a 7.3.

Podnikatelská činnost bude vykonávána v Uherském Hradišti, městě s 24 430 obyvateli, nacházejícím se ve Zlínském kraji, 23 km jihozápadně od města Zlín. Uherské Hradiště je okresním městem okresu Uherské Hradiště, který sousedí na severozápadní hranici s okresem Kroměřížským, na severovýchodě se zlínským a na jihozápadě sousedí s okresem Hodonín, který již náleží do kraje Jihomoravského. Jihovýchod okresu tvoří státní hranici mezi Českou a Slovenskou republikou. Součástí okresu Uherské Hradiště je 78 obcí, přičemž

k 31. 12. 2021 zde bylo evidováno 139 829 obyvatel, což je téměř čtvrtina obyvatel Zlínského kraje. (Charakteristika okresu Uherské Hradiště, 2023)

Na základě emailové komunikace s Městským úřadem v Uherském Hradišti (Příloha P I) bylo, v rámci analýzy trhu, zjištěno, že se v Uherském Hradišti nachází 103 aktivních živností provozujících masérské služby. Podrobnější analýzou bylo zjištěno, že největší koncentrace provozoven je v centru města nebo jeho bezprostřední blízkosti. Místo, kde jsou umístěny prostory pro nové masérské studio nemá ve své bezprostřední blízkosti žádné konkurenční studio.

Cílem bude oslovit potenciální zákazníky zejména z Uherského Hradiště a jeho okolí. Vzhledem k tomu, že poskytované služby cílí na konečné spotřebitele, kterými mohou být lidé jakéhokoliv věku a pohlaví, otevírá se zde velký prostor pro získání nových zákazníků. Cílovou skupinou budou zejména muži a ženy ve věku 20–65 let. Dalším cílem je oslovit sportovní kluby a zaměřit se zejména na mladé sportovce do věku 18 let.

## 7.2 PEST analýza – makroprostředí

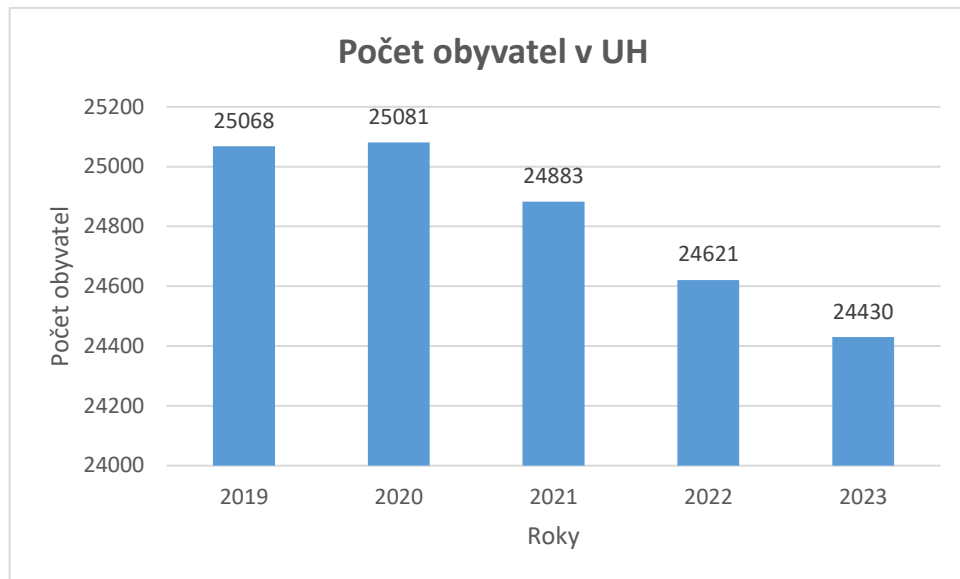
PEST analýza slouží ke zhodnocení faktorů z oblasti makroprostředí, jejichž působení má dopad na ekonomické subjekty, pohybující se na trhu.

### 7.2.1 Sociální faktory

Sociální faktory tvoří velmi důležitý analytický ukazatel, který má velký vliv na chování zákazníků, a který je potřeba sledovat při realizaci podnikatelského záměru. Pro analýzu sociálních faktorů byl vybrán počet obyvatel, jejich složení dle věku a pohlaví a průměrná mzda.

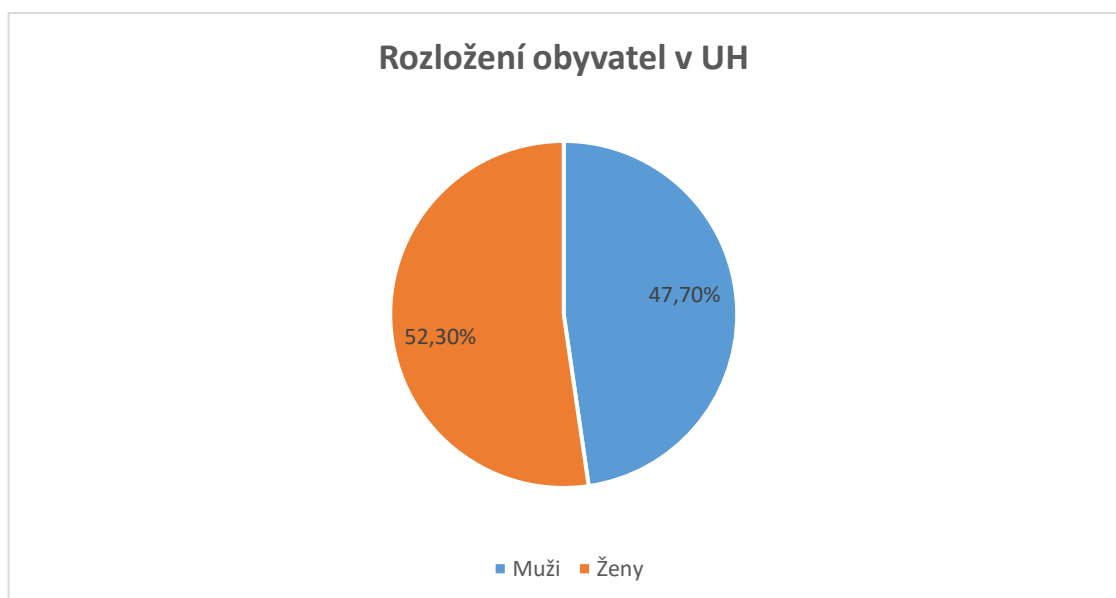
- **Počet obyvatel**

K 1. 1. 2023 bylo v obci Uherské Hradiště evidováno 24 430 obyvatel. Z obrázku 1 je patrné, že počet obyvatel v Uherském Hradišti má klesající tendenci, a to v řádech stovek obyvatel za rok. V průběhu let 2019–2023 došlo k celkovému poklesu o 638 osob. (Počet obyvatel obce Uherské Hradiště, 2023)



Obrázek 1 Vývoj počtu obyvatel v UH (vlastní zpracování dle zdroje: Počet obyvatel obce Uherské Hradiště, 2023)

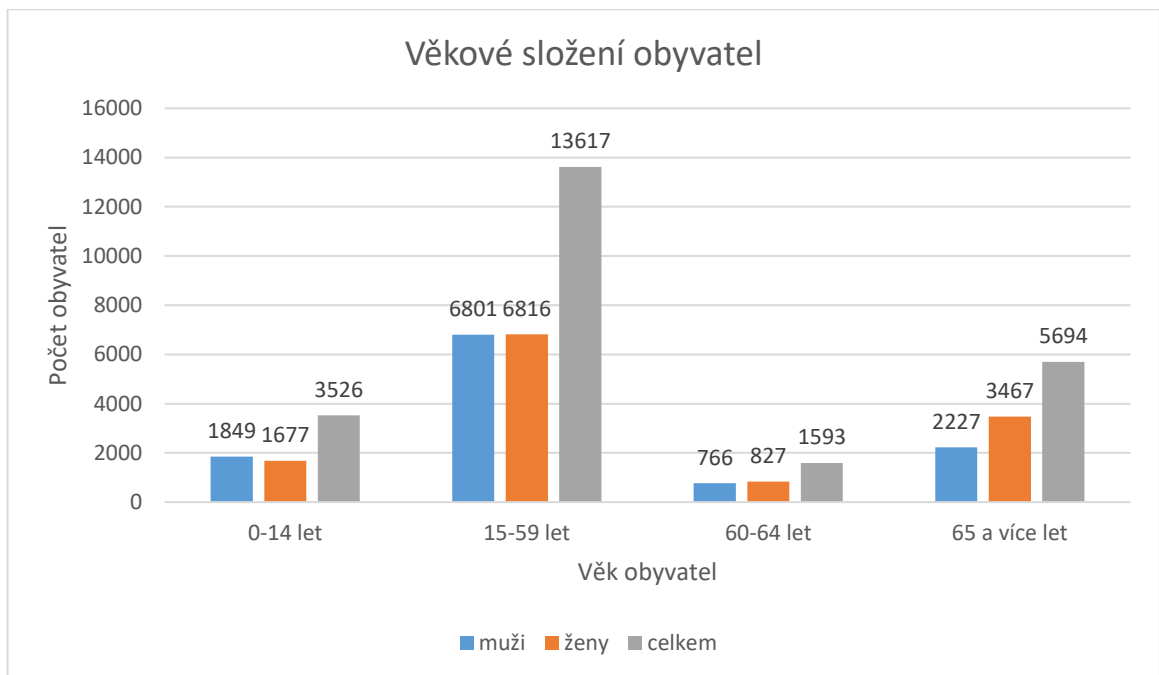
Obrázek 2 znázorňuje rozložení obyvatel v obci Uherské Hradiště dle pohlaví. Obyvatelstvo je zastoupeno v počtu 11 658 mužů a 12 772 žen. Ve složení obyvatel převažují o 4,6 % ženy nad muži.



Obrázek 2 Poměr obyvatel v UH (vlastní zpracování dle zdroje: Uherské Hradiště, © 2023)

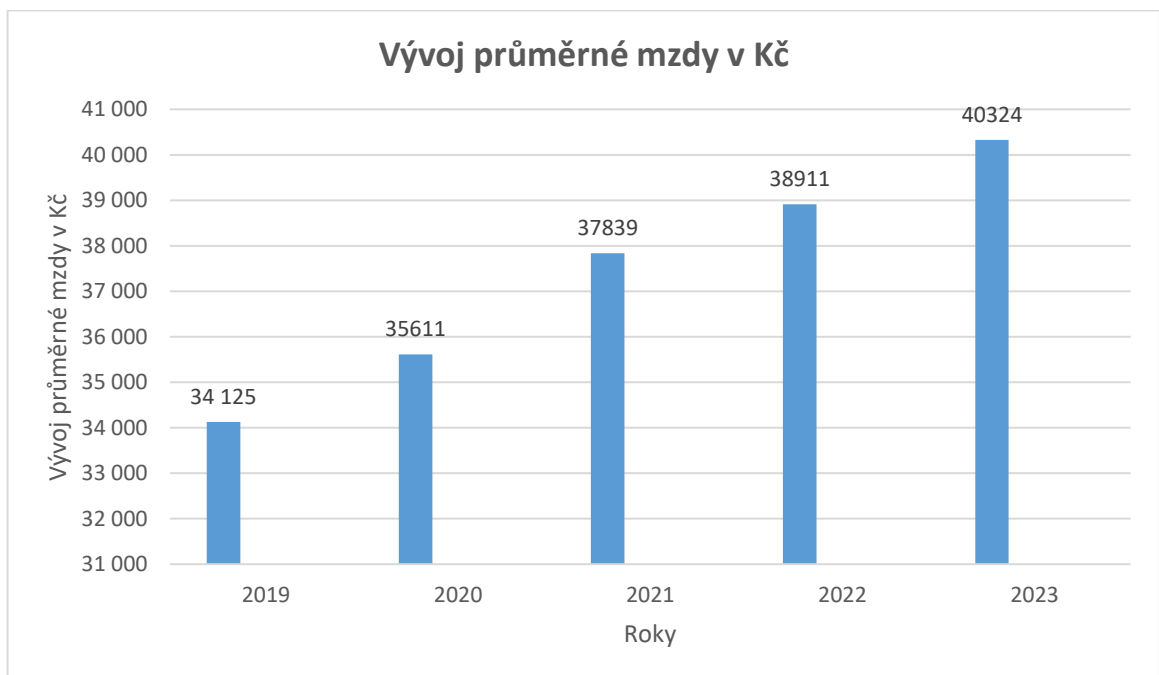
Na základě podrobnějšího přehledu uvedeném na obrázku 3 je možné konstatovat, že nejvíce zastoupenou věkovou skupinou jsou obyvatelé ve věku 15-59 let, v téměř vyrovnaném

poměru muži, ženy. Druhou nejpočetnější skupinou jsou lidé v důchodovém věku 65 a více let.



Obrázek 3 Věkové složení obyvatel v UH, (vlastní zpracování dle zdroje: Uherské Hradiště, © 2023)

- **Průměrná mzda**



Obrázek 4 Vývoj průměrné mzdy (vlastní zpracování dle zdroje: Průměrná mzda – vývoj průměrné mzdy, 2023)

I když má průměrná mzda rostoucí tendenci (obrázek 4), vlivem inflace reálná mzda klesá. V roce 2022 vzrostla průměrná hrubá mzda oproti předchozímu období o 7,9 %, nicméně vlivem zvýšení spotřebitelských cen o 15,1 % reálně mzda klesla o 7,5 %. Medián mezd (střední hodnota) činí 37 463 Kč. Největší nárůst průměrné mzdy byl, dle členění sekce CZ-NACE, zaznamenán v odvětví ostatní služby (10,1%), do které spadá i poskytování masérských služeb. Na druhou stranu Zlínský kraj je na třetím místě s nejnižší úrovní průměrné mzdy, která činí necelých 36 tisíc korun. (Průměrná mzda – vývoj průměrné mzdy, 2023; Průměrná mzda, 2023) Obecně reálný pokles průměrných mezd a vliv inflace má za následek snižování výdajů domácností. Dle statistických dat se domácnosti snaží uspořít zejména v oblasti dovolených a volnočasových aktivit (kulturní a sportovní aktivity, návštěva restaurací). Je otázkou, jak moc budou lidé přínos masáží považovat za důležité. Zda a v jaké výši budou chtít lidé vynakládat své prostředky za využití masérských služeb záleží na tom, jak vysoce budou mít tuto službu v rámci svých hodnot postavenou.

### 7.2.2 Legislativně-politické faktory

Každý podnikatel v České republice musí při výkonu své podnikatelské činnosti dodržovat a postupovat dle právního řádu ČR. Mezi základní zákony a podzákoné předpisy upravující jednotlivé formy a podmínky podnikání v České republice patří:

- zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník („NOZ“)
- zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích
- zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů
- zákon č. 235/2004 Sb. o dani z přidané hodnoty
- zákon č. 589/1992 Sb. o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti
- zákon č. 304/2013 Sb., o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob
- zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví
- zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce

Politická rozhodnutí mohou významným způsobem zasáhnout a ovlivnit nejen podnikání samotného subjektu, ale i celého podnikatelského prostředí.



Zásadní politickou událostí roku 2023 byla volba prezidenta České republiky uskutečněná ve dvou kolech. První proběhlo ve dnech 13. a 14. ledna a druhé následně 27. a 28. ledna. Z voleb vzešel jako vítěz s 58 % hlasů Petr Pavel, který dne 9. března 2023 složil prezidentský slib a ujal se úřadu jako nový prezident. (Česká republika má nového prezidenta. Petr Pavel se ujal úřadu, 2023) V rámci aktualizace programového prohlášení vláda Petra Fialy oznámila, že došlo ke zrušení EET a silniční daně pro osobní auta a dodávky. Dále byl navýšen limit pro paušální daň a pro povinnou registraci k DPH na dva miliony korun. (Vláda schválila aktualizaci svého programového prohlášení, navrhla i úpravy krizové legislativy, 2023)

Nový prezident České republiky Petr Pavel, podepsal návrh zákona o mimořádné valorizaci důchodů, která bude o víc než polovinu nižší, než ukládá zákon. Mimořádní valorizace proběhne v červnu, kdy bude každý důchod navýšen o 400 Kč všem a další navýšení ve výši 2,3 % dle výše důchodu. Valorizací si ovšem polepší pouze penzisté s důchody do 8 400 Kč. (Švihel, 2023)

Jedním z velkých témat posledních dnů jsou návrhy koalice na zvýšení odvodů OSVČ a lidem pracujícím na dohody. Jednou z navrhovaných variant je navýšení až o 60 % v průběhu tří let. Cílem koalice je tímto zvýšením posílit příjmy důchodového systému. Argumentuje tím, že do budoucna chtějí těmto lidem zajistit, aby nepobírali extrémně nízké penze. Jejich vyměřovací základy a tudíž i odvody do systému jsou příliš nízké a vzhledem k solidárnímu důchodovému systému jsou jejich důchody následně dotovány. (Svoboda, 2023) Dalším z návrhů předložených za účelem ozdravení veřejných financí, tentokrát z řad vládního hnutí STAN, je zvýšení základní sazby DPH ze současných 21 na 23 %. Dle odborníků by tímto krokem mohlo být způsobeno spíše více škody, s ohledem na již tak vysokou inflaci, než užitku, ve formě vyšších příjmů do veřejného rozpočtu. (Kovanda, 2023)

### 7.2.3 Ekonomické faktory

Ekonomické faktory, které by mohly mít vliv na poskytované služby a zejména zvolenou klientelu jsou následující:

- **HDP**

HDP, tedy hrubý domácí produkt, vyjadřuje celkovou hodnotu statků a služeb, které jsou vyprodukovány za určité období na daném území. Jedná se o ukazatel, který měří výkonnost ekonomiky. Jeho hodnota vyjadřuje nově vytvořené hodnoty, tedy i celkovou úroveň

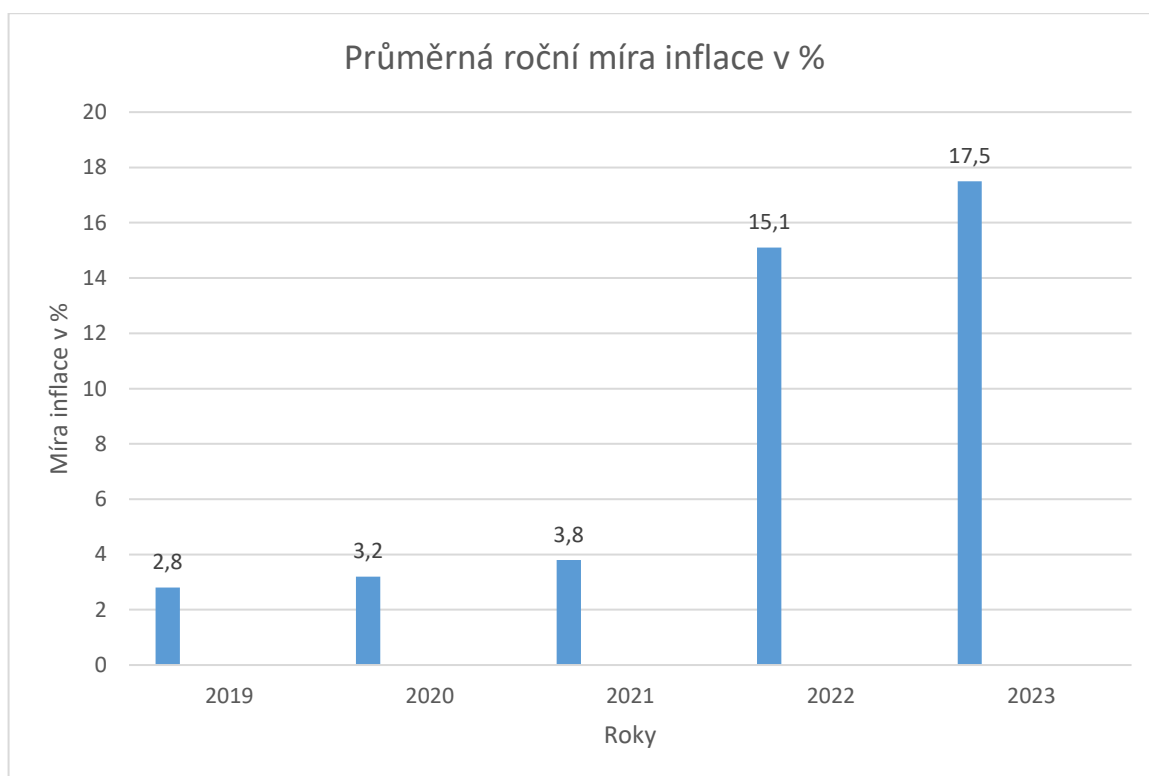
obyvatel. V tabulce 1 je zachycen vývoj HDP od roku 2019, přičemž v roce 2022 došlo k růstu HDP o 2,4 %. (HDP 2023, vývoj hdp v ČR, 2023)

Tabulka 1 Vývoj HDP (vlastní zpracování dle zdroje: HDP 2023, vývoj hdp v ČR, 2023)

Vývoj HDP (v %)				
Roky	2019	2020	2021	2022
	2,4 %	-5,6 %	3,3 %	2,4 %

- **Inflace**

Údaje k lednu 2023 uvádí růst meziročních spotřebitelských cen o 17,5 %. Meziměsíčně vzrostly ceny v lednu o 6 % oproti měsíci prosinci. Na tento vývoj mají vliv vyšší ceny v oblasti bydlení, které byly ovlivněny zejména růstem cen elektřiny. Oproti prosinci došlo ke zvýšení až o 139,8 %. Zvýšení lze pozorovat i u cen tepla, teplé vody, vodného a stočného (až 30,3 %). Úhrnem došlo ke vzrůstu cen zboží o 8,7 % a služeb o 1,9 %. (Indexy spotřebitelských cen – inflace – leden 2023, 2023)



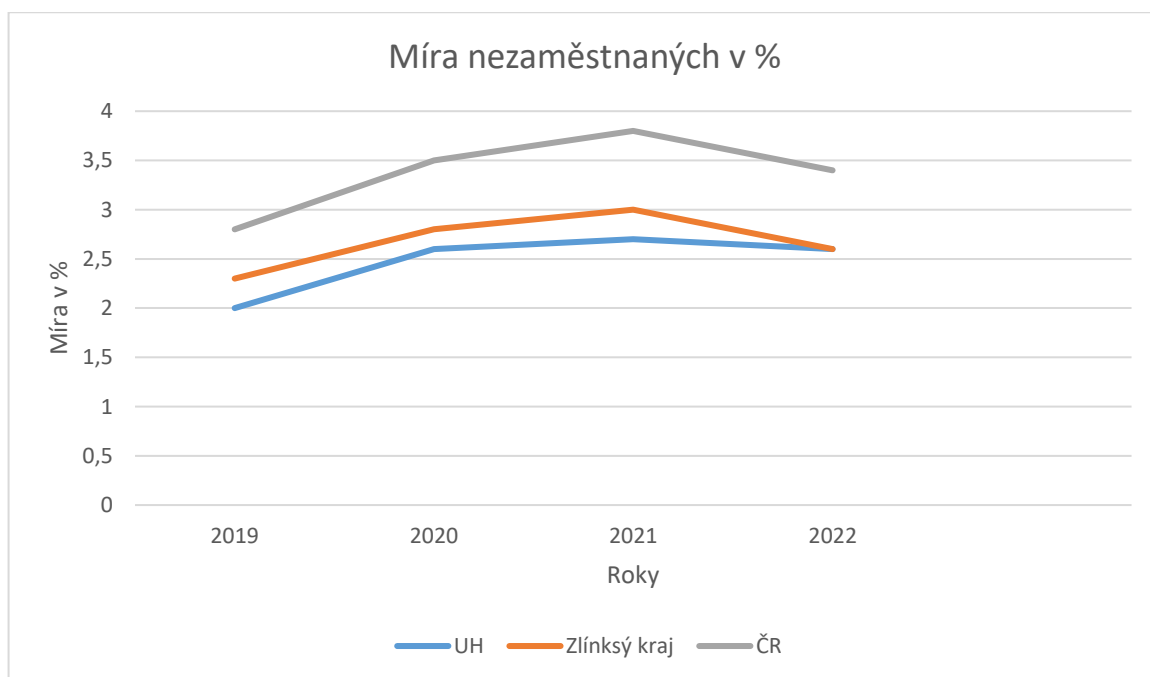
Obrázek 5 Průměrná roční míra inflace (vlastní zpracování dle zdroje: Inflace – druhy, definice, tabulky, 2023)

- **Nezaměstnanost**

Míra nezaměstnanosti je poměrně důležitým ekonomickým ukazatelem, který udává přehled o lidech, kteří nejspíš, vzhledem ke své životní situaci, služeb nevyužijí. Tabulka 2 a následně i graf přehledně ukazují, že míra nezaměstnanosti má rostoucí tendenci, přičemž vrcholu dosáhla v roce 2021. V roce 2022 je možné pozorovat mírný poklesu. Pozitivní je, že nezaměstnanost v Uherském Hradišti je v rámci celorepublikového vývoje poněkud nižší. Je tudíž možné, že míra nezaměstnanosti nebude hlavním důvodem, který by omezoval využívání masérských služeb.

Tabulka 2 Míra nezaměstnanosti (vlastní zpracování dle zdroje: Podíl nezaměstnaných osob, 2023)

v %	UH	Zlínský kraj	ČR
<b>2019</b>	2	2,3	2,8
<b>2020</b>	2,6	2,8	3,5
<b>2021</b>	2,7	3	3,8
<b>2022</b>	2,6	2,6	3,4



Obrázek 6 Míra nezaměstnanosti (vlastní zpracování dle zdroje: Podíl nezaměstnaných osob, 2023)

### 7.2.4 Technologické faktory

Nejdůležitějším nástrojem maséra jsou jeho vlastní ruce, šikovnost a zkušenosti. Masérství je oblastí, která není závislá na technologickém pokroku. Nejvýznamnější vliv má pouze využití výpočetní technologie ve formě chytrého mobilního telefonu a počítače. Tuto technologii je možné využít pro prezentaci firmy prostřednictvím webových stránek, které mohou mimo jiné obsahovat i rezervační systém, přes který si mohou klienti z pohodlí domova vybrat a zarezervovat termín a druh služby.

## 7.3 Porterův model – mikroprostředí

### 7.3.1 Substituty

Masáž je považována za určitou formu terapie, kdy se za pomoci různých masážních hmatů a tlaků působí buď na celé tělo, nebo jen na některé části, čímž dochází ke zmírnění únavy a bolesti. Neocenitelný vliv na psychickou pohodu má i použití vonných olejů. Kombinaci uvolnění svalového napětí a bolesti, společně se zmírněním únavy a stresu, a navozením pocitu relaxace a celkové regenerace, není možné nalézt u jiných substitutů.

Při masáži dochází k mechanickému podráždění buněk a mezibuněčných prostor, které začnou uvolňovat histamin a tzv. H-látky. Krevním systémem jsou tyto látky rozvedeny do celého těla kde navozují celkovou neboli humorální odezvu na masáž. Masáž dále vyvolává i hormonální odezvu, při které dochází k vyplavení hormonů do krevního oběhu. Tato hormonální reakce je dána působením H-látek společně s nervovými popudy, které jsou výsledkem nervové odezvy na podráždění nervových receptorů. Při masáži dochází díky mechanickému působení k uvolnění pórů pokožky, zlepšení buněčného dýchání a celkovému prokrvení kůže. Dochází také k vyloučení a odplavení odpadních látek jako je oxid uhličitý, kyselina mléčná (způsobující svalovou bolest po námaze) a jiné, které se dostávají do žilního a lymfatického systému a následně z těla ven. (Sedmík, 2015, s. 36)

Nalézt substitut, který by měl stejné nebo jen podobné účinky není příliš reálné, proto není třeba se obávat hrozby ze strany substitutů.

### 7.3.2 Vyjednávací síla odběratelů

Potenciálními zákazníky jsou všichni obyvatelé města Uherské Hradiště a přilehlého okolí, bez ohledu na věk a pohlaví, kteří budou chtít využít služeb masážního studia. Vzhledem k poměrně velkému počtu konkurenčních masážních studií v Uherském Hradišti, které

poskytují širokou nabídku služeb, bude vyjednávací síla zákazníků celkem velká. Proto bude nutné zaměřit se především na zákazníka a uspokojení jeho potřeb. Nabídnout zákazníkovi kvalitní služby s přidanou hodnotou, v příjemném prostředí, s co nejlepší dostupností. Zajistit maximálně vstřícný přístup a reagovat na zákaznickova přání a potřeby.

### **7.3.3 Vyjednávací síla dodavatelů**

V oblasti masérství není dodavatelům přisuzována příliš velká vyjednávací síla. Jedním ze základních dodavatelů bude pronajímatel prostor, se kterým bude uzavřena nájemní smlouva, ve které budou jasně stanoveny podmínky, na kterých se obě strany dohodly před podpisem smlouvy. Vliv ostatních dodavatelů a závislost na nich bude poměrně malá. Veškeré ostatní potřeby (masážní oleje a pomůcky) budou zajišťovány přímými nákupy, popřípadě drobnými dodavateli, které je možné si vybrat na základě aktuální nabídky produktů a ceny.

### **7.3.4 Konkurence**

Přesto, že je v Uherském Hradišti poměrně velké množství masážních studií, je třeba zmínit, že každé je svým způsobem originální, a to v portfoliu nabízených služeb, tedy konkrétního typu poskytovaných masáží. Jsou zde studia nabízející klasické masáže různého typu (masáže celkové, částečné, aroma, medové, lávové kameny, baňkování...), regenerační masáže (Dornova, Breussova, reflexní, lymfatická), ale taky masáže exotické, které jsou čím dál tím více oblíbené (thajské, ájurvédské, havajské, indické...). Popřípadě jsou studia, která se zaměřují na, v současné době velmi žádané ošetření vedoucí k formování postavy za použití ozonové mezoterapie, tlakových zábalů a speciální techniky kompresních hmatů.

### **7.3.5 Hrozba vstupu nové konkurence**

Vzhledem k tomu, že jeden ze způsobů jak získat oprávnění k provozování masérského studia je rekvalifikační kurz akreditovaný MŠMT ČR, je vstup nové konkurence na trh poměrně velkou hrozbou. Kurzy jsou nabízeny jako dálkové, víkendové, večerní nebo intenzivní a délka jejich trvání je dle typu kurzu od jednoho do dvou měsíců. I když se množství potenciálních konkurentů může zdát být velké, může se vyskytnout bariéra vstupu v podobě nedostatečné kapacity nebytových prostor, popřípadě vysoké ceny nájmu. Další z bariér vstupu mohou být i nemalé administrativní a legislativní nároky vyžadovány pro provozování činnosti a schvalování provozovny. V průběhu let 2020–2022 vstoupilo do oboru 15 nových podnikatelských subjektů (Příloha P I).

## 8 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Marketingový výzkum byl proveden v centru Uherského Hradiště a byl zacílen na přímé spotřebitele služeb, tedy klienty masážních studií. Za účelem objektivního a systematického poznání zákazníků byla použita technika empirického výzkumu. Byla zvolena konkrétně technika dotazování, uskutečněná za pomoci nástroje, kterým byl dotazník. Tato technika umožnila nejen sběr primárních dat, ale také pomohla zjistit názory respondentů, jejich postoje a motivy. (Foret a Melas, 2021, s. 40)

Dotazník byl vyhotoven s cílem zjistit co nejpřesnější informace směřující k vytvoření optimálního marketingového mixu, proto nebyla oslovena širší veřejnost, mezi kterou by mohl být poměrně velký vzorek respondentů, který nemá se službami zkušenost. Nicméně lidé, kteří doposud masérských služeb nevyužívají mohou tvořit prostor pro získání nových zákazníků.

### 8.1 Dotazníkové šetření

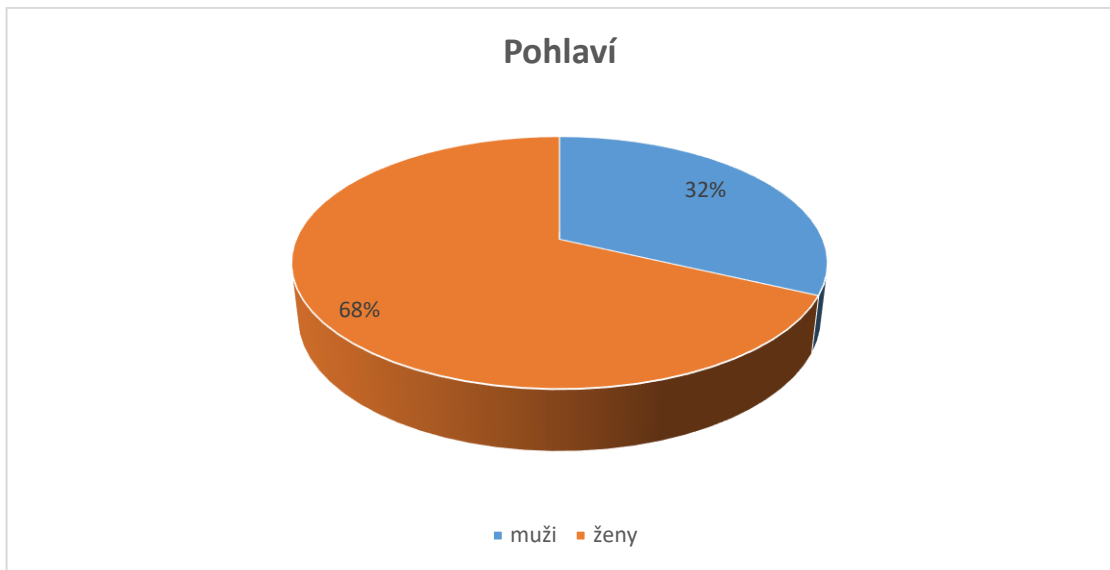
Prostřednictvím dotazníkového šetření byla provedena analýza trhu se zaměřením na zákazníka. Cílem bylo zjistit, kdo je cílovou skupinou, jaké je její věkové a poměrové (genderové) složení, o jaký typ služeb v oblasti masérství mají zákazníci zájem a co ovlivňuje jejich zájem. Závěr dotazníku byl zaměřen na otázky směřující k co nejefektivnějšímu nastavení samotného podnikatelského plánu.

Samotné šetření bylo prováděno prostřednictvím vypracovaného dotazníku v listinné podobě, který je součástí Přílohy P II. Dotazníky byly rozdávány klientům ve vybraných masážních studiích v Uherském Hradišti, s žádostí o jejich vyplnění. Šetření probíhalo v průběhu února 2023 na náhodném vzorku 72 respondentů. Ze sta rozdaných dotazníků bylo vyplněno a vráceno 72 ks tištěných dotazníků.

### 8.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

#### 1. Jste muž nebo žena?

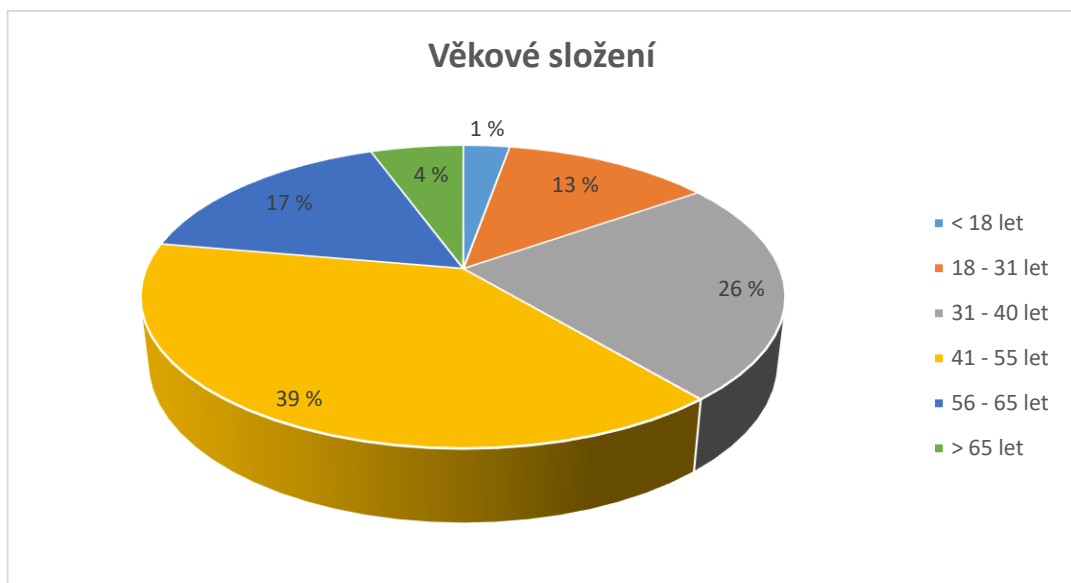
První otázka byla zaměřená na zjištění pohlaví zúčastněných respondentů. I když masážních služeb využívají více ženy, zákazníci jsou tvořeni i poměrně velkým procentem (32 %) mužů.



Obrázek 7 Rozdělení respondentů dle pohlaví (vlastní zpracování)

## 2. Váš věk?

Otázka č. 2 zjišťovala věk klientů, kteří docházejí na masáže. Z obrázku 8 je patrné, že největší procento, 39 %, klientů, tvoří lidé ve věkové kategorii 41–55 let. Poměrně vysoce je zastoupena i věková kategorie 31–40 let. Nicméně dle průzkumu lze pozorovat, že služeb využívá obyvatelstvo ve věku od 15 až do 72 let. Cílová skupina potenciálních zákazníků je tedy poměrně široká.



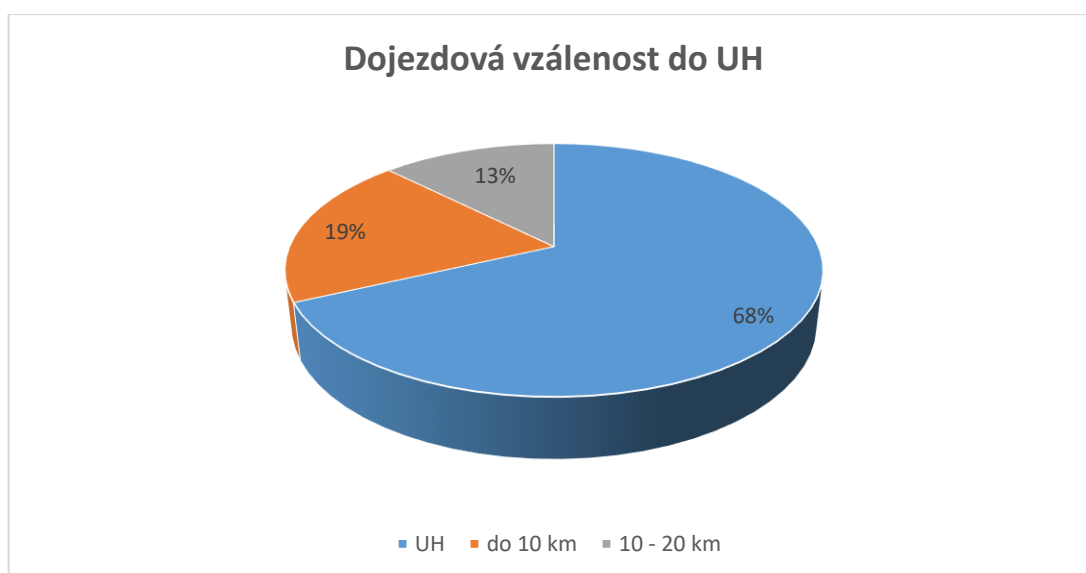
Obrázek 8 Věkové složení respondentů (vlastní zpracování)

Tabulka 3 Věk respondentů (vlastní zpracování)

	Věk respondenta
<b>Věkové minimum</b>	15 let
<b>Věkové maximum</b>	72 let
<b>Průměrný věk</b>	43 let

### 3. Dojezdová vzdálenost z místa bydliště do UH?

Otázka č. 3 měla za úkol zjistit, zda masérských služeb v Uherském Hradišti využívají pouze místní obyvatelé nebo za službou lidé dojíždí i z okolních lokalit.



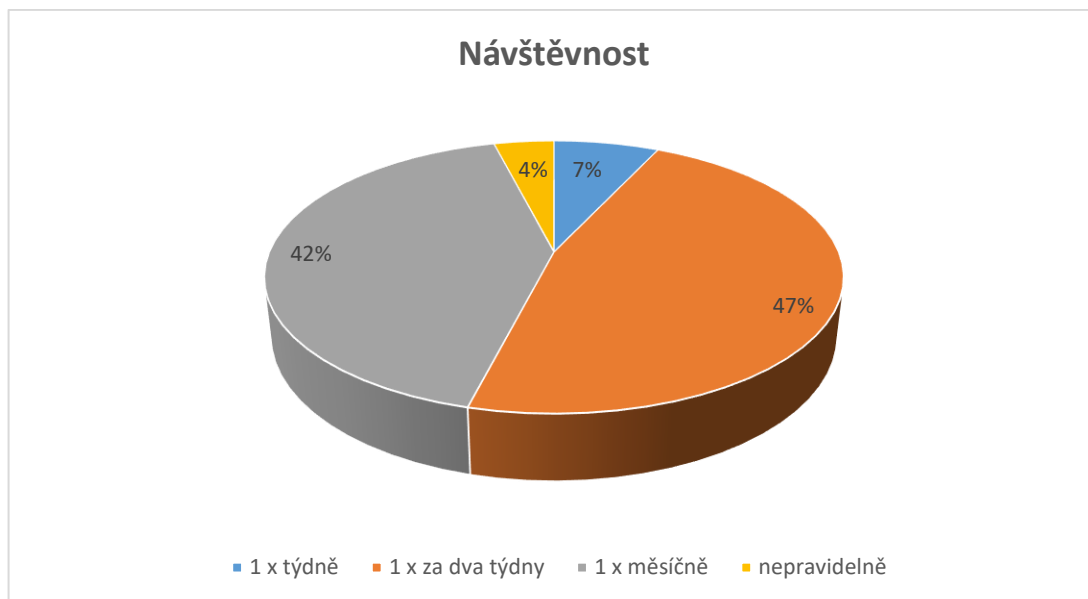
Obrázek 9 Vzdálenost v km od UH (vlastní zpracování)

Z obrázku 9 je patrné, že 49 lidí z celkového počtu dotázaných, tedy 68 % klientů, je z Uherského Hradiště. Nicméně 19%, 14 lidí, dojíždí i z nejbližšího okolí, jako je Staré Město, Jalubí, Velehrad, Jarošov, Kunovice. Devět respondentů, tedy 13 % z celkového počtu uvedlo, že za službami dojíždí více jak 10 km.

### 4. Jak často využíváte masérských služeb?

Otázka č. 4 měla za úkol zjistit, jak často zákazníci využívají služeb masážního studia. Zjištěná periodičita může nastínit množství potenciálních zákazníků, se kterými je možno v rámci plánování služeb počítat.



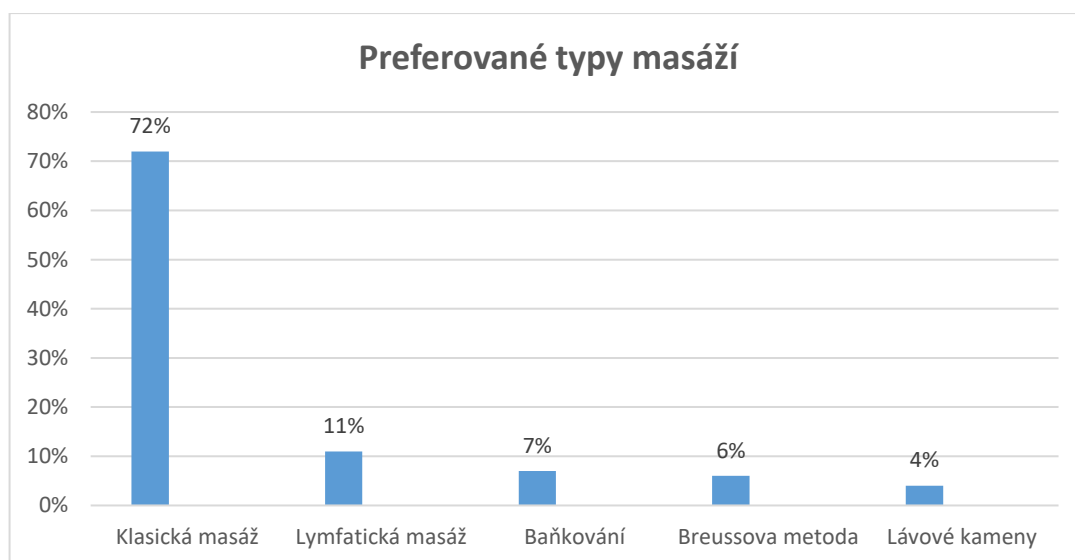


Obrázek 10 Četnost návštěv (vlastní zpracování)

Nejvíce respondentů uvedlo, že využívají služeb masážního studia 1 x za dva týdny a jednou měsíčně navštěvuje masáže 42 % zákazníků. Nárazově využívá služeb pouze 4 % dotázaných, z čehož vyplývá, že pokud si nové studio vytvoří klientelu, stanou se tito lidé z velké části pravidelnými zákazníky, se kterými bude možno počítat.

### 5. Jaký typ masáže nejčastěji využíváte?

Výsledky otázky č. 5 mají směřovat k sestavení nejvhodnějšího marketingového mixu v oblasti poskytovaných služeb.

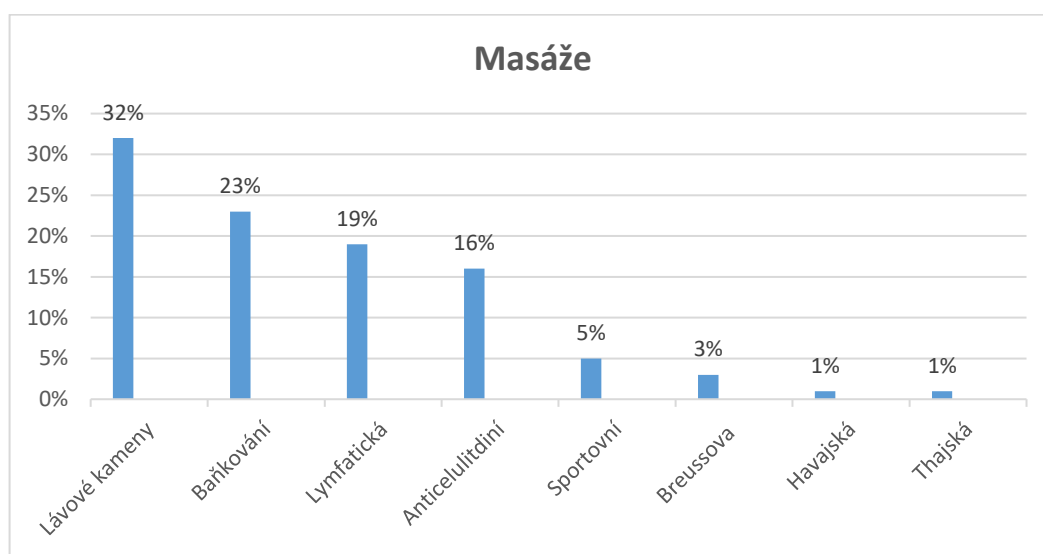


Obrázek 11 Preference typu masáže (vlastní zpracování)

Z poměrně velkého počtu nabízených masáží dotazovaní klienti preferují 5 následujících druhů. Nejvíce využívanou je masáž klasická, kterou využívá až 72 % (52) dotázaných, následuje masáž lymfatická (8 klientů) a za ní následují v poměrně vyrovnaném počtu masáže baňkami, Breussova metoda a lávové kameny.

## 6. Kterou z masáží byste rádi vyzkoušeli?

Otázka je opět zaměřena na zjištění zájmu o daný druh masáže a vychází z otázky č. 5. Respondenti měli možnost výběru maximálně 3 typů z již jednou nabídnutého seznamu masáží. 72 respondentů uvedlo celkem 214 preferencí druhů masáží, o které by měli zájem.



Obrázek 12 Druhy masáží (vlastní zpracování)

Z obrázku 12 je patrné, že by respondenti měli největší zájem o masáž lávovými kameny, druhou nejzajímavější se jeví masáž baňkami. 40 respondentů by rádo zkusilo masáž lymfatickou a o anticelulitidní by mělo zájem 34 zákazníků. Účinky sportovní masáže by zkusilo 10 klientů a zbylých 12 respondentů by zajímala masáž Breussova, Havajská a Thajská.

## 7. Jaká je akceptovatelná cena za klasickou hodinovou regenerační masáž zad a šíje?

Tabulka 4 znázorňuje představu zákazníků o ceně za konkrétně definovanou službu.

Tabulka 4 Cenové rozpětí za regenerační masáž (vlastní zpracování)

Kč/1 hod	Počet odpovědí	Procentuální hodnota
550–650 Kč	44	61 %

<b>651–750 Kč</b>	23	32 %
<b>751 Kč a více</b>	5	7 %
<b>Celkem</b>	72	100 %

61 % respondentů je ochotno za hodinovou masáž zaplatit maximálně 650 Kč. 32 % zákazníků by zaplatila 651–750 Kč. 7 % klientů si poskytnout službu cení na více jak 751 Kč.

### 8. V jakou dobu se nejčastěji objednávejte na masáž?

Otázka č. 8 má zjistit nejvhodnější a nejfrekventovanější dobu, ve kterou mají zákazníci o služby největší zájem.

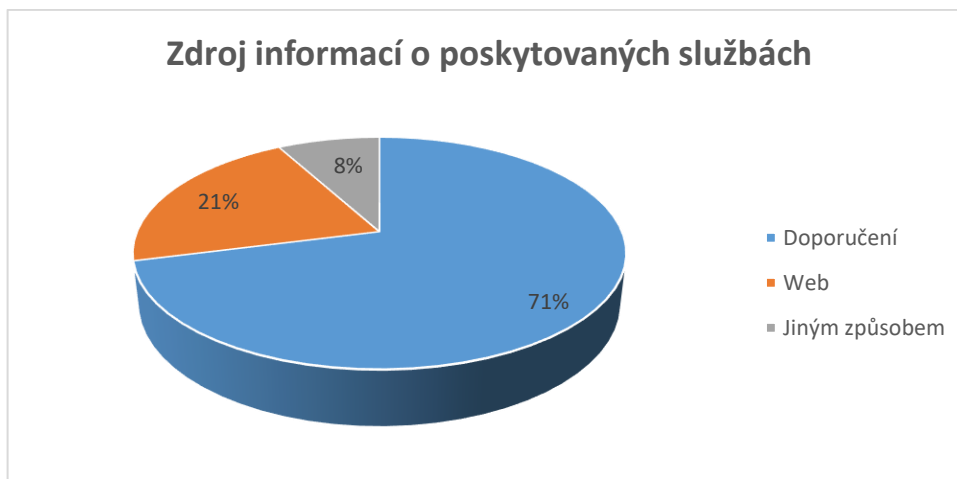
Tabulka 5 Časy objednání (vlastní zpracování)

<b>Čas (hod)</b>	<b>Počet odpovědí</b>	<b>Procentuální zastoupení</b>
<b>8–10 hod</b>	2	3 %
<b>10–12 hod</b>	3	4 %
<b>12–14 hod</b>	4	5,5 %
<b>14–16 hod</b>	36	50 %
<b>16–18 hod</b>	23	32 %
<b>později</b>	4	5,5 %
<b>Celkem</b>	72	100 %

Z tabulky 5 lze vyčíst, že nejvytíženější objednacím dobou je čas mezi 14–18 hodinou. Poměrně vyrovnaný zájem o služby je patrný i v dopoledních hodinách (3–4 % respondentů), stejně tak i v pozdějších podvečerních hodinách po 18 hod (5,5 %).

### 9. Jakým způsobem jste se dozvěděl/a o masážním studiu, ve kterém se nacházíte?

Otázka je zaměřena na zjištění, z jakých zdrojů se klienti dověděli o existenci masážního studia. Otázka bude sloužit jako podklad pro vypracování propagace.

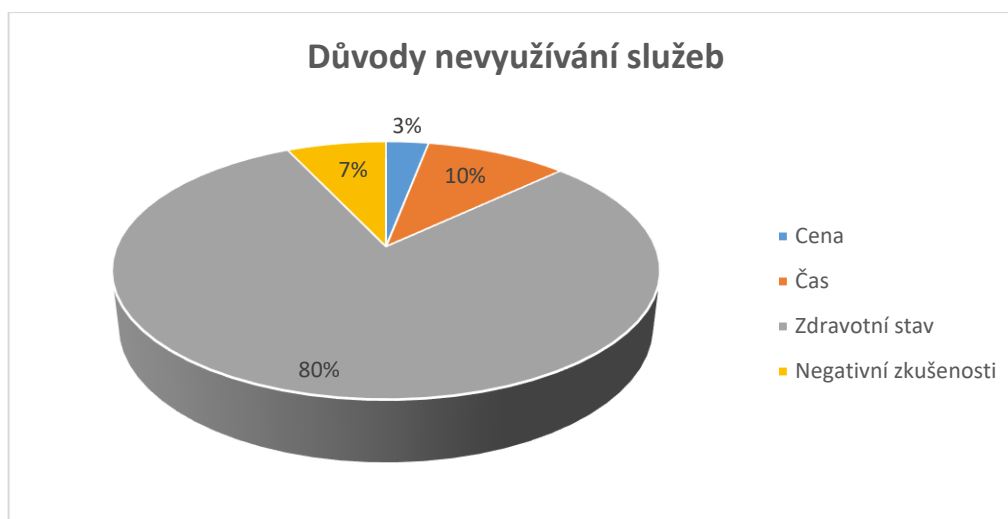


Obrázek 13 Zdroje informací (vlastní zpracování)

51 oslovených respondentů, tedy 71 %, se o masážním studiu dověděla prostřednictvím svých známých a službu využívá na základě jejich doporučení. 15 zákazníků (21 %) si vyhledalo službu za pomoci webových stránek a pouhých 8 % respondentů využilo jiný způsob, kterým byl například Facebook, reklama v periodiku, reklamní letáček, Instagram.

#### 10. Co nejvíce ovlivňuje frekvenci a zájem o masáž?

Prostřednictvím této otázky měli respondenti vybrat důvod, který by mohl ovlivnit jejich případný snížený zájem o masérské služby.



Obrázek 14 Důvody vedoucí k nevyužívání služeb (vlastní zpracování)

Nejčastějším důvodem, proč zákazníci nevyužívají služeb masážního studia je zhoršený zdravotní stav. Nedostatek času nebo nenadálá situace neumožňuje využít služby 10 %

respondentům. Negativní zkušenost s masáží příliš mnoho respondentů nemá. Pokud tuto variantu odpovědi respondenti označili, uvedli jako důvod spíše způsob prováděné masáže, která jim v danou chvíli nevyhovovala. Finanční stránka jako důvod pro nevyužití masáže nehraje příliš velkou roli.

#### 11. Jste spokojeni s nabízenými masážními službami v Uh. Hradišti



Obrázek 15 Spokojenost s nabízenými službami (vlastní zpracování)

69 % respondentů, tedy 50 dotázaných je s nabízenými službami spokojených. Nicméně více jak 31 % zákazníků vyjádřilo nespokojenost, kterou zdůvodnili hlavně tím, že ne vždy je volný termín (čas a den), na který by se chtěli objednat.

## 9 SHRUTÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI

Cílem analytické části bylo provést analýzu trhu, na který chce nový podnikatelský subjekt vstoupit.

Pro průzkum vnějšího prostředí byla použita PEST analýza, na základě které bylo zjištěno, že i když počet obyvatel v Uherském Hradišti klesá, nejpočetnější skupinou jsou muži a ženy ve věku 15–59 let, což je cílová skupina zamýšleného projektu. Mezi nepříznivé ekonomické faktory lze zařadit vysokou míru inflace, která má vliv na rozhodování zákazníků, do kterých statků a služeb své finance vloží. Na druhou stranu je velmi pozitivní zjištění, že Uherské Hradiště patří mezi obce s nižší mírou nezaměstnanosti než je celorepublikový průměr.

Pro analýzu konkurenčního prostředí byl použit Porterův model pěti konkurenčních sil, na základě kterého byla zjištěna poměrně velká konkurenční síla 103 aktivních provozoven. Nicméně je třeba zmínit, že každé studio je originální svou nabídkou služeb. Vzhledem k tomu je i vyjednávací síla zákazníků poměrně velká ve smyslu možnosti výběru masážního studia. Konkurenční síla může spočívat nejen v poloze a dopravní dostupnosti studia, ale i v nabídce sportovních masáží, na které se konkurenční studia příliš nezaměřují. Výhodu nového studia je možné hledat i v množství nabízených služeb a flexibilní provozní době.

Posledním analytickým nástrojem bylo dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo 72 respondentů ve složení 68 % žen a 32 % mužů. Největší početní skupina byla ve věku 41–55 let, přičemž věkový průměr tvořil 43 let. Dotazovaní byli tvořeni z 68 % obyvateli města UH. 32 % respondentů dojíždí za službami i ze vzdálenějšího okolí. Otázkou směřující na cenu za poskytnutou službu bylo zjištěno, že více jak polovina dotázaných s aktuální cenou za uvedenou službu souhlasí. Téměř 39 % dotázaných by bylo za danou službu ochotno zaplatit i více, než jsou současné aktuální ceny. Dotazníkové šetření dále odhalilo, že při rozhodování o využití služby je cena rozhodujícím faktorem pouze u 3 % dotázaných. Je tedy zřejmé, že respondenti jsou i v současné ekonomické situaci za tento typ služeb ochotni vynakládat své finanční prostředky. Pro vznik nového masážního studia je zásadní informace, která vychází z poslední otázky a je zaměřena na spokojenost zákazníků s nabízenými službami. 31 % respondentů není spokojeno zejména s nabídkou termínů. Zde se nabízí prostor pro získání nových klientů.

Založení nového masážního studia v Uherském Hradišti by mohlo mít šanci na úspěch. Je ovšem důležité využít svou konkurenční výhodu a vypracovat optimální marketingový plán.

## 10 PROJEKT ZALOŽENÍ MASÁŽNÍHO STUDIA

Projektová část bude tvořena vlastním návrhem podnikatelského plánu pro založení masážního studia. V úvodu bude představen podnikatelský subjekt se zaměřením na jeho vize a cíle. Dále bude přiblížena činnost a organizační struktura nového subjektu. Bude vypracován i marketingový plán s podrobným přehledem poskytovaných služeb a cenami za jejich poskytnutí, společně s formami propagace. Marketingový mix bude následně tvořit podklad pro vypracování finančního plánu, jehož součástí bude zejména plánování příjmů, výdajů a následné zjištění čistého příjmu. Celý projekt bude v závěru podroben rizikové a časové analýze. Při zpracování projektové části budou využity poznatky uvedené v teoretické části a výsledky provedených analýz uvedených v kapitolách 7 a 8.

### 10.1 Mise, vize, cíle

Cílem této kapitoly bude za pomoci stanovení mise, vize a cílů definovat klíčové prvky budoucího směřování firmy, jejího zaměření a stanovení, čeho chce v budoucnu dosáhnout.

- **Mise**

Mise nově vznikajícího studia je definována následovně: „Nabídnout klientům klid, uvolnění a relaxaci. Ulevit od bolesti a zlepšit kvalitu života. Mít se rád a oprostít se od každodenního stresu a shonu. Pomáhat nalézt sebe sama, svůj vnitřní klid, pohodu a vyrovnanost.“

- **Vize**

„Vybudovat a nadále rozvíjet fungující masážní studio s dobrým jménem. Poskytovat kvalitní služby a vybudovat si důvěru u klientů, kteří se budou rádi vracet a šířit dobrou pověst. Rozšiřovat portfolio a zvyšovat kvalitu nabízených služeb za pomoci osobního rozvoje a dalšího vzdělávání se v oboru.“

Vize by měla směřovat k cíli mít stálou a spokojenou klientelu a stát se plnohodnotným konkurentem na trhu v poskytování masážních služeb.

- **Cíle**

Hlavním cílem podnikání je vybudování a rozvoj masážního studia s poskytováním kvalitních služeb.

Krátkodobým cílem je uskutečnit projekt založení masážního studia a získat novou klientelu. Aby byl tento cíl dosažen, je nutné informovat širokou veřejnost o existenci nového studia, a to prostřednictvím propagace nebo reklamní kampaně.

Strategickým cílem pro následující roky je:

- Neustálé šíření povědomí o nově vzniklé firmě
- Budování stabilní klientely, která bude šířit dobré jméno firmy a doporučovat služby
- Získání důvěryhodnosti u klientů
- Vytvoření dobrých a dlouhodobých obchodních vztahů s dodavateli
- Zvyšování kvalifikace v oblasti nabízených služeb
- Nabízet doplňkové zboží jako masážní oleje, bylinné čaje
- Vybudovat si silné a stabilní postavení na trhu
- Dlouhodobě vyrovnaný výsledek hospodaření s dosahováním zisku

## 10.2 Základní informace a charakteristika podnikatelského subjektu

Název firmy: Masáže ANICO

Sídlo firmy: Města Mayen 1536, 686 01 Uherské Hradiště

Právní forma: Fyzická osoba podnikající dle živnostenského zákona

Předmět podnikání:

- Hlavní ekonomická činnost (CZ NACE)  
96040 Činnosti pro osobní a fyzickou pohodu – Masérské, rekondiční a regenerační služby dle přílohy č. 2 Živnostenského zákona č. 455/1991 Sb.,
- Ostatní ekonomické činnosti (CZ NACE)  
G Velkoobchod a maloobchod jako živnost volná dle Živnostenského zákona č. 455/1991 Sb.

Zahájení provozu: 1. srpna 2023

### 10.2.1 Forma podnikání

Jako právní forma podnikání byla zvolena forma fyzické osoby jako OSVČ, tedy živnost. Jedná se o živnost vázanou uvedenou v příloze č. 2 Živnostenského zákoníku, zákon č. 455/1991 Sb. Odborná způsobilost bude prokázána Osvědčením o získání profesní kvalifikace, akreditované Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy.



Výhody, které měly vliv na rozhodnutí o výběru formy podnikání jsou následující. Samotný proces vzniku podnikatelského subjektu není časově ani administrativně příliš náročný. Nízké výdaje na založení firmy, nulová finanční vkladová povinnost, volnost při rozhodování. Důležitým pozitivním kritériem je zejména nižší daňové zatížení (daň z příjmu FO je 15 %, kdežto u PO 19 %). Následný zisk po zdanění náleží celý podnikateli a dále se již nemusí zdaňovat. Fyzická osoba si taky může vybrat formu vedení účetnictví nebo daňové evidence.

Samozřejmě je třeba vyhodnotit i negativa. Největším rizikem je forma ručení, která je v případě FO neomezená. Podnikatel tedy ručí veškerým svým majetkem. Poměrně velkou nevýhodu je možné shledat i v případě, že by podnikatel potřeboval požádat o úvěr pro potřeby financování své živnosti. Banky velmi přísně hodnotí podmínky pro poskytnutí úvěru, zejména schopnost úvěr splácet, proto je dostupnost úvěru pro drobné živnostníky špatná.

### 10.2.2 Způsob vedení účetnictví

OSVČ využije svou právní formu podnikání a pro účely zjištění základu daně z příjmů povede daňovou evidenci, což znamená, že bude evidovat údaje o příjmech, výdajích, majetku a dlužích. Na základě zkušeností a praxe si daňovou evidenci povede majitelka sama. Nebude najímat účetní ani nevyužije služeb účetní kanceláře.

Vzhledem k tomu, že se v průběhu dvanácti po sobě jdoucích kalendářních měsíců neočekává obrat vyšší jak 2 mil. Kč a koncovými zákazníky budou neplátcí DPH, nebude OSVČ plátcem DPH.

Pro účely podnikání, z důvodu lepší přehlednosti a separaci podnikatelských a soukromých finančních aktivit, bude zřízen nový účet, na kterém budou evidovány pouze transakce související s podnikatelskou činností. Účet bude zřízen u společnosti Moneta Money Bank, která nabízí zřízení i vedení účtu zdarma. Banka má pobočku v Uherském Hradišti, která disponuje vkladovým bankomatem. Výběry ze všech bankomatů v ČR i v zahraničí jsou bezplatné.

## 10.3 Popis podnikatelské činnosti

Nové masážní studio bude založeno za účelem poskytování různých druhů tělových masáží, zejména sportovních, rekondičních a regeneračních, které budou prováděny na zdravých jedincích a nenavodí léčebný proces. Součástí poskytované služby by byla nejen samotná

masáž, ale i poradenství při výběru vhodné masáže ke zmírnění aktuálních obtíží, včetně výběru vhodného masážního oleje s ohledem na typ problému a momentálního rozpoložení klienta. Nabízeny budou i masážní přípravky v bio kvalitě.

Do budoucna budou služby rozšiřovány o nové typy masáží, při jejichž výběru budou zohledněny i podněty ze strany zákazníků. V případě zájmu ze strany klientů mohou být služby v budoucnu rozšířeny i o prodej masážních pomůcek a bylinných čajů, které nejen podporují regeneraci jednotlivých částí těla a orgánů, ale jsou příznivé i pro posílení imunity.

### **10.3.1 Personální zajištění**

V počátcích podnikání se nepočítá se zaměstnáváním dalších pracovníků. Služby masérského studia budou poskytovány pouze jednou osobou, a to paní majitelkou. V případě vzrůstu zájmu o nabízené služby, je možné uvažovat o přijetí další kvalifikované pracovní síly.

### **10.3.2 Dodavatelé**

Jedním z hlavních dodavatelů bude společnost MARLIN, s. r. o., pronajímatel prostor, ve kterých bude provozovna zřízena. Vzhledem k tomu, že pronajímané prostory jsou po celkové rekonstrukci a vždy nově vymalovány, nebudou zapotřebí žádné dodatečné řemeslné práce. Součástí pronájmu jsou i dodávky energií a poskytnutí internetového připojení.

Pro účely podnikání bude zřízeno i nové telefonní číslo u společnosti T-Mobile.

Samotné vybavení masérského studia, zejména lehátko, masážní potřeby a spotřební materiál, bude pořízen prostřednictvím internetového portálu Velvesa.cz, který je zaměřen na prodej veškerých potřeb pro maséry.

Interiérový nábytek bude pořízen z velkoobchodu IKEA. Výhodou tohoto dodavatele je variabilita výběru a možnost složení jednotlivých komponent nábytku dle aktuální potřeby. V rámci jednotlivých sestav je nabízeno i velké množství úložných systémů a v případě poškození lze ve většině případů dokoupit a následně vyměnit pouze danou část.

Účetnictví si povede sama paní majitelka a pro tyto účely bude zakoupen účetní program. Pohoda Mini od společnosti Stormware.

## **10.4 Prostory podnikání – provozovna**

Dle živnostenského zákona je provozovna definována jako vymezený prostor, ve kterém je živnost provozována. Masérské studio bude provozovat svou činnost v prostorách

pronajatých společností MARLIN, s.r.o., Uherské Hradiště. Nájem je uzavřen na dobu neurčitou, s možností vypovědět smlouvu jednou nebo druhou stranou půl roku předem. Poskytnuté prostory jsou nově zrekonstruované, vymalované a připravené k okamžitému využití. Před tím, než začne podnikatel v provozovně podnikat, je tento povinen nahlásit zahájení provozu Živnostenskému úřadu. Této povinnosti ovšem předchází splnění několika důležitých administrativních kroků.

#### **10.4.1 Vyjádření Hasičského záchranného sboru (HZS)**

Nejdříve bude požádán HZS v Uherském Hradišti o vydání závazného stanoviska k užívání stavby, a to prostřednictvím formuláře „*Žádost o vydání závazného stanoviska k užívání stavby*“, které je dostupné na internetových stránkách [www. hzscr.cz](http://www.hzscr.cz) pro Zlínský kraj. K žádosti bude nutné doložit projektovou dokumentaci objektu a odbornou firmou vypracované „*Požárně bezpečnostní řešení*“. Jde o dokument, ve kterém jsou odborně zpracovány protipožární opatření. Na základě žádosti a přiložených dokumentů vydá HZS „*Závazné stanovisko dotčeného orgánu na úseku požární ochrany*“. (Požární prevence, © 2023)

#### **10.4.2 Vyjádření Krajské hygienické stanice a provozní řád**

Velmi důležitou podmínkou pro zahájení provozovny je vyjádření místně příslušné hygienické stanice. KHS bude v první řadě požadovat vypracování „*Provozního řádu*“, který je součástí Přílohy P III této diplomové práce. Jde o jeden z nejdůležitějších dokumentů, který bude KHS předložen společně s průvodním dopisem „*Žádost o schválení provozního řádu*“. Dále bude nutné předložit vypracované požárně bezpečnostní řešení a jednoduše zakreslený půdorys místnosti (Příloha P IV). Vše, společně s vyplněným formulářem „*Žádost o vydání závazného stanoviska*“ a kopií ŽL, bude zasláno KHS v Uherském Hradišti. (Formuláře, © 2023) Na základě výše zmíněného vydá KHS do 30 dnů stanovisko a provede fyzickou kontrolu dle schváleného provozního řádu, který musí být od této chvíle v provozovně trvale vyvěšen. Pokud by v průběhu činnosti nastaly významné skutečnosti vedoucí ke změně v Provozním řádu, bylo by nutné jej opět předložit KHS ke schválení.

#### **10.4.3 Vyjádření stavebního úřadu**

Vzhledem k tomu, že se provozovna bude nacházet v pronajaté místnosti, která v současné době slouží jako kancelářské prostory, je nutné požádat stavební úřad o změnu účelu užívání.

Žádost je podána prostřednictvím vyplněného formuláře „Žádost o změně účelu užívání“, jehož součástí je i souhlas pronajímatele (vlastníka nemovitosti), že se změnou souhlasí. (Novelizace vyhlášky č. 503/2006 Sb., © 2023) K žádosti je nutné doložit:

- Nájemní smlouvu, souhlas pronajímatele.
- Vydaná stanoviska dotčených orgánů – HZS a KHS.
- Jednoduchý situační plánec s navrhovanou změnou (je součástí Přílohy P IV)

Nejpozději do 30 dnů vydá pracovník stavebního úřadu potvrzení o změně účelu užívání.

#### 10.4.4 Nahlášení provozovny na Živnostenském úřadě

Posledním krokem před zahájením činnosti v provozovně je její nahlášení na živnostenském úřadě. Musí tak být učiněno nejpozději 3 dny před zahájením činnosti. Pokud by došlo k ukončení provozu i tuto skutečnost je podnikatel povinen nahlásit.

Provozovna musí být trvale a viditelně označena (např na dveřích vchodu) a to:

- Názvem nebo jménem a příjmením podnikatele a jeho identifikačním číslem.
- Jménem a příjmením odpovědné osoby za činnost s kontaktem.
- Provozní dobou, která bude zveřejněna i na internetových stránkách. V případě jakýchkoliv změn, ať už z důvodu provozních, technických či zdravotních, budou klienti o této skutečnosti informováni prostřednictvím internetových stránek a Facebooku. Lístek s informací o změně bude vyvěšen i na dveřích provozovny a objednaní klienti budou informováni telefonicky a zároveň bude provedeno jejich přeobjednání.

Tabulka 6 Provozní doba (vlastní zpracování)

Provozní doba masérského studia	
Pondělí	Dle objednání
Úterý	9.00 – 17.00
Středa	10.00 – 18.00
Čtvrtek	9.00 – 17.00
Pátek	9.00 – 18.00
Sobota	Dle objednání
Neděle	Zavřeno

Provozní doba může být přizpůsobena dle potřeb zákazníků. Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že zákazníci mají největší zájem o služby v odpoledních hodinách. V tuto dobu jim proto bude studio maximálně k dispozici. V případě zájmu je samozřejmě možné objednat

se i mimo pracovní dobu. Je zde snaha o maximální přístup k potřebám a přáním zákazníků, zejména v počátcích podnikání, kdy si podnikatel buduje svou klientelu.

## 10.5 Marketingový plán

V následující kapitole bude představen marketingový plán. V rámci marketingového plánu bude vytvořen marketingový mix, který podá přehled o tom, jak se bude chtít nový podnikatelský subjekt prosadit na trhu. Jak je uvedeno v kapitole 4.1, marketingový mix bude tvořen čtyřmi vzájemně provázanými prvky, které mají zacílit na zákazníka a naplnit jeden z cílů podnikání, kterým je dosažení zisku.

### 10.5.1 Produkt

Produktem bude v rámci projektu poskytování masérských, rekondičních a regeneračních služeb. V rámci služeb budou poskytovány následující druhy masáží:

- **Klasická masáž**

Jedná se o nejčastěji poskytovaný a nejvíce oblíbený druh masáže. Masáž může být prováděna na všech částech lidského těla. Tento typ masáže pomáhá s uvolněním při chronických bolestech svalů vzniklých jako důsledek úrazů, blokády nebo přetěžování těla. Masáž přispívá k prokrvení vnitřních orgánů a zlepšení jejich funkce a v neposlední řadě uvolňuje napjaté a ztuhlé svaly, odstraňuje zatvrdliny na svalech a úponech a vyživuje klouby. Relaxační a uvolňující efekt masáže má vliv na odbourání emocionálního stresu což je způsobeno uvolňováním hormonálních látek do těla. Masáž je prováděna za použití různých kombinací hmatů, které jsou přesně seřazeny do různých sestav dle masírované části těla. Výsledný efekt masáže je dán silou hmatů, jejich pořadím, rychlostí a hloubkou jejich působení. (Klasická masáž – popis a účinky, 2015)

- **Baňkování**

Metoda baňkování (vakuoterapie) je staletými prověřená metoda, při které se na postižená místa přikládají nejčastěji skleněné baňky. Baňka se nejdříve nahřeje vzduchem a poté se přiloží na konkrétní akupresurní body. Ochlazený vzduch v baňce vytvoří podtlak, kterým se baňka přisaje ke kůži a zároveň ji vtáhne dovnitř. Díky tomu se tkáň i pokožka prokrví a zčervená. Pohybem baňky se provádí masáž, která intenzivně prokrvuje a působí na masírovanou tkáň. Častou reakcí na tento typ masáže jsou nebolestivé krevní podlitiny, podobné modřinám, které po několika dnech zmizí. Masáž baňkováním je možné absolvovat dle potřeby 2-3 krát v týdnu. Masáž baňkováním je velmi intenzivní formou masáže,

při které dochází k uvolnění ztuhlých svalů, k odstranění bolestí zad, hlavy a napomáhá potlačit migrény. Masáž má i velmi pozitivní vliv při odstranění bolestí kolenního kloubu a jeho otoku, je vhodná i při problémech s kyčelními klouby a účinná při bolesti kloubu loketního (tenisový loket). Baňky jsou velmi účinné i proti celulitidě. (Baňkování, © 2023)

- **Breussova masáž**

Jedná se o jemnou, energeticko-manuální masáž, která uvolňuje tlak na ploténky. Masáž je pojmenována po jejím zakladateli, rakouském léčiteli, který se stal i expertem na přírodní medicínu. Je jím Rudolf Breusse (1899-1990). Samotná masáž se provádí za použití třezalkového oleje, který je speciálními hmaty vmasírován do oblasti páteře. Meziobratlové ploténky olej nasají, čímž dojde k jejich nabobtnání, což znamená, že se vrátí do své původní velikosti. Tím dochází k jejich regeneraci a opět začínají plnit svou funkci. Masáž slouží nejen k řešení již vzniklých degenerativních změn plotének, ale má neocenitelný vliv zejména v oblasti prevence. (Dvorský, © 2023)

- **Lymfatická masáž (manuální lymfodrenáž)**

Tato masáž je zaměřena na lymfatický systém. Pomocí jemných a speciálních tlaků a hmatů, které nesmí vyvolávat bolest, zlepšuje kvalitu lymfatického systému a urychluje odtok lymfy z určité oblasti zpět do krevního oběhu. Součástí lymfatické masáže je odblokování hlavních lymfatických uzlin, kterými je následně odváděna drenážovaná tekutina, společně se škodlivými látkami, za pomoci vylučovacího systému z těla ven. Tato technika je velmi příjemná, relaxační a má i pozitivní zdravotní dopady, pokud dochází k tvorbě lymfatických otoků (lymfedémů). Vedle léčebných účinků (zmírnění otoků nohou i otoků po operaci, prevence proti křečovým žilám a úprava žilní nedostatečnosti, podpora detoxikace, regenerace organismu atd.), vzrostla v současné době obliba lymfatických masáží zejména díky kosmetickým účinkům. Velmi dobré výsledky jsou dosahovány při odstraňování celulitidy, modelaci postavy (zeštíhlení a zmenšení obvodu), zpevnění a zlepšení vzhledu pokožky. (Dvorský, © 2023; Tesař, 2015)

- **Sportovní masáž**

Jde o masáž používanou zejména u sportovců, jejichž fyzická aktivita se často pohybuje na hranici fyzických a metabolických možností organismu. Vzhledem k frekvenci opakované fyzické zátěže a jejímu zvyšování (tréninky, závody), je velmi důležité důkladně a důsledně přistoupit k následné regeneraci organismu. Regenerace za pomoci sportovní masáže má pozitivní vliv na zvyšování zdatnosti a maximální výkonnosti jedince. Sportovní

masáž má za cíl pomoci sportovci zbavit se únavy nebo ho připravit na sportovní výkon. Na základě toho rozlišujeme:

- **masáž pohotovostní**, která se používá těsně před startem závodu. Má zajistit přípravu organismu na zátěž. Dochází k lepšímu prokrvení a zahřátí svalů na optimální teplotu. Sportovec je tak zaktivován a fyzicky připraven na podání maximálního výkonu. Masáž je zaměřená na exponované části těla při sportovním výkonu a trvá asi 5-10 min.
- **masáž odstraňující únavu** následuje po sportovním výkonu nebo v průběhu týdne po absolvování určitého množství tréninků. Jejím hlavním úkolem je svaly zklidnit a uvolnit. Napomáhá k odplavení nahromaděných zplodin vzniklých tělesnou námahou, čímž mírní pocit únavy. Neopomenutelný vliv sportovní masáže je i na nervovou soustavu, kdy pomalá a lehká masáž navozuje relaxační účinky. (Hansgut a Kapounková, © 2009; Sedmík, 2015, s. 231)

- **Tejpování**

Tejpování je moderní metoda, která zlepšuje tok krve a lymfatických tekutin, čímž urychluje léčbu otoků, krevních výronů a zlepšuje funkci svalů a tkání. Při tejpování se používají bavlněné pružné pásky tzv. „kineziology tejpů“ jejichž úkolem je zpevnit nebo zklidnit místo problému, popřípadě sval aktivovat. Při správné aplikaci tejpů dochází k nadzvednutí kůže, což způsobí uvolňování receptorů bolesti, cév a průtoku lymfy. (Jak funguje tejpování a účinky tejpování, © 2020)

### **Kontraindikace masáží**

Aby mohla být služba maséra poskytnuta a měla pozitivní a očekávaný dopad, je velmi důležité, aby byl masér informovaný o aktuálním stavu a zdravotních omezeních klienta. Stav, za kterého se masáž nesmí provádět se nazývá kontraindikací celkovou. Při částečné kontraindikaci je možné masáž provádět s omezením na jiné části těla.

Mezi celkové kontraindikace (absolutní) řadíme:

- onemocnění nádorová, bakteriální, infekční, akutní a zánětlivá
- horečnaté stavy
- zánět ledvin, křečové žíly, srdeční choroby, vysoký krevní tlak, epilepsie, TBC
- podezření na opilost nebo požití psychotropních látek

- aktuální vyčerpání (po zvážení je masáž možná na druhý den).

Částečná kontraindikace:

- těsně po jídle (masáž se má absolvovat min 2–3 hodiny po jídle)
- těhotenství, šestinedělí. (Klasická masáž – popis a účinky, 2015)

### 10.5.2 Cena

Jedním z cílů nového podnikatelského subjektu je dosahování zisku. Proto je důležité stanovit takovou cenu, která by nejen pokryla náklady, ale i generovala zisk. Předpokládané výdaje budou podrobněji popsány v kapitole 10.6.2. Tyto výdaje by měl být subjekt schopen pokrýt svou činností. Maximální cenová hranice je tvořena částkou, kterou jsou klienti ochotni za poskytnutou službu zaplatit. Tato informace je k dispozici na základě marketingového výzkumu uvedeného v kapitole 8.1. Konkrétně je možné vyjít z odpovědi na otázku č. 7. Potenciální zákazníci budou mít tendence porovnávat ceny s cenami ostatních konkurenčních subjektů. Ceny služeb za jednotlivé úkony budou proto stanoveny dle konkurence působící v Uherském Hradišti. V tabulce 7 je uveden přehled poskytovaných služeb společně s délkou jejich poskytování a cenou.

Tabulka 7 Cena za poskytnuté služby (vlastní zpracování)

Druh masáže	Doba trvání masáže (v min)	Cena masáže v Kč
Relaxační masáž klasická		
Šíje, horní část zad	20	250
Šíje, záda	30	350
Šíje, záda	45	400
Šíje, záda, končetiny	60	650
Masáž baňkováním		
Záda	30	450
DK – anticelulitidní	30	450
Breussova masáž	30	400
Lymfatická masáž		
Obličej, dekolt	40	550



DK – anticelulitidní	60	850
Sportovní masáž		
Pohotovostní	10	150
Odstraňující únavu	30	350
Tejpování	20	350

### 10.5.3 Místo

Provozovna masážního studia bude umístěna v nově zrekonstruované budově v ulici Města Mayen v Uherském Hradišti. Prostor o výměře cca 12 m<sup>2</sup> je pronajat od společnosti MARLIN, s.r.o. a nachází se ve 2. NP budovy. V blízkosti budovy je rozlehlé parkoviště s možností parkování. Do budovy je možný i bezbariérový přístup díky vybudovanému nájezdu pro invalidní vozíky nebo kočárky. Uvnitř budovy se přímo naproti hlavního vchodu nachází výtah.

### 10.5.4 Propagace

Propagace bude zejména v počátcích velmi důležitým nástrojem, pomocí kterého bude veřejnost seznámena s novým masážním studiem a jeho službami. Bude využita propagační strategie B2C (business to consumer). Veškeré reklamní akce budou tedy cíleny na co největší počet potenciálních zákazníků (spotřebitelů), a to ještě před otevřením provozovny.

- **Webové stránky**

Nedílnou součástí propagace studia bude zřízení webových stránek, které budou koncipovány jako one-page, a na kterých se zákazník dozví všechny potřebné informace. S ohledem na rostoucí trend zobrazování webových stránek z mobilních telefonů budou stránky plně responzivní. Součástí stránek bude nejen popis a přehled nabízených služeb, včetně ceníku, ale také aktuální provozní doba, objednávkový systém a kontakty. Objednávkový systém bude řešen prostřednictvím volně dostupných služeb Google Kalendář a Google Forms. Ke zvýšení dosahu webových stránek mohou být stránky zpočátku propagovány prostřednictvím nástroje Google Ads.

Součástí propagace studia bude taktéž tvorba profilu na sociální síti Facebook, který bude sloužit jako komunikační médium pro stálé, ale také nové zákazníky. Na profilu budou

pravidelně zveřejňovány aktuální události, či nabízené akce masážního studia. Facebooková stránka studia bude bezplatně propagována v rámci komunitních Facebookových skupin.

Propagace na ostatních sociálních sítích (Tik Tok, Instagram, Twitter aj.) by byla vzhledem ke specifickému zaměření studia neúčelná.

- **Tištěná propagace**

Nástrojem tištěné propagace budou zejména letáčky o velikosti A5, jejichž tisk bude zadán tiskárně LV Print v Uherském Hradišti. Na letáčcích bude uveden název a adresa studia s výrazným upozorněním, na jeho nové otevření. Součástí bude i přehled nabízených služeb a samozřejmě veškeré kontakty. Počáteční tištěný náklad bude v počtu 400 ks. Tyto letáky budou týden před otevřením vyvěšeny v nedalekém obchodním centru. Okolní provozovny budou požádány o umístění letáků do svých čekáren, popřípadě jejich distribuci mezi své klienty. Po dohodě s lékaři praktikujícími v okolí provozovny, ale i v centru Uherského Hradiště, budou další letáčky umístěny i v jejich čekárnách. Další letáčky mohou být vhozeny do schránek nejbližších bytových domů, popřípadě rozdávány přímo na parkovišti nákupního střediska. Dle potřeby může být proveden další dotisk letáků.

Současně s letáky bude do tiskárny zadán i tisk vizitek, které budou předávány klientům přímo ve studiu. Tyto budou sloužit nejen jako zdroj kontaktů, ale zároveň jako objednávací kartička, pro zápis dalších objednaných termínů.

- **Inzerce v tisku**

Další formou propagace bude inzerce v nejčtenějším regionálním týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM, který vychází každé pondělí. Slovácký týdeník se nachází v každé čtvrté domácnosti v okrese Uherské Hradiště a čte jej průměrně 10 tisíc čtenářů týdně a jeho elektronickou verzi zhlédne týdně průměrně 12 tisíc čtenářů. (Inzerce v novinách, © 2023) Jde tedy o poměrně čtené periodikum, ve kterém by byl první inzerát uveřejněn dva týdny před otevřením studia, s následným opakováním po dobu tří týdnů. Inzerát by obsahoval informaci o službách studia, adresu, kontakt a zejména zvýrazněný termín zahájení provozu.

V tabulce 8 jsou shrnuty a podrobněji rozepsány jednotlivé náklady na reklamu.

Tabulka 8 Náklady na reklamu (vlastní zpracování)

<b>Rozpočet reklamní kampaně</b>			
	<b>Cena za jednotku Kč</b>	<b>Počet ks</b>	<b>Celkem Kč</b>
Webové stránky – tvorba	6 000	1	6 000
Poplatek za doménu	180 Kč/rok	1	180

Vizitky (9 x 5 cm)	1,3	400	520
Letáky A5	2,2	400	880
Polepy na dveře	500	1	500
Inzerce v týdeníku DDK	250	4	1 000
<b>Celkem</b>			<b>9 080</b>

- **Podpora prodeje**

Cílem tohoto nástroje bude stimulovat zákazníky k využívání masážních služeb a pokud možno k pravidelným návštěvám. Bude využívána krátkodobá podpora prodeje, kdy například v případě poklesu zákazníků budou vyhlášeny jednorázové slevy na masáže, popřípadě slevy na masáže, které se příliš neobjednávají. Pro vybudování stálé klientely budou využívány dlouhodobé – věrnostní programy – formou slevových kuponů. Věrným zákazníkům budou jednorázově poskytovány reklamní předměty, například ve formě vánočních dárkových balíčků.

- **Osobní prodej**

Tuto formu propagace považuje majitelka za jednu z nejzásadnějších. Jedná se o celkový, osobní přístup k zákazníkovi, a to s přihlédnutím k jeho momentálním potřebám a snaze maximálně vyhovět jeho požadavkům. Cílem tohoto typu prodeje je zajištění maximální spokojenosti zákazníka.

- **Public relations**

Hlavní cíl public relations je ve své podstatě jedním z hlavních dlouhodobých cílů nově vznikajícího podnikatelského subjektu. V první řadě jde o získání pozornosti zákazníků, vybudování dobrých vztahů a zejména dobrého jména, a to nejen v očích zákazníků, ale i obchodních partnerů a dalších zájmových skupin. Základními aktivitami PR bude nejen osobní prodej, ale i prezentace prostřednictvím internetových stránek nebo facebookového profilu. Prostřednictvím těchto médií budou mít zákazníci možnost získat veškeré potřebné informace o masážním studiu.

## 10.6 Finanční plán

Finanční plán je nedílnou a velmi důležitou součástí podnikatelského plánu. Cílem je zjistit finanční náročnost při zakládání nového podnikatelského subjektu, aby bylo možné definovat zdroje krytí vzniklých výdajů a zejména dobře naplánovat potřebné finanční

prostředky. Dává přehled o počátečních investicích potřebných pro zahájení provozu, ale i o finanční potřebě pro první měsíce, než začne být podnikatelský subjekt finančně samostatný. Má dát přehled o předpokládaných příjmech a výdajích, na základě kterých je možné odhadnout výsledek hospodaření.

### 10.6.1 Zakladatelský rozpočet

Zakladatelský rozpočet udává přehled o počátečních výdajích, a tedy potřebě finančních zdrojů, které bude potřeba vložit do podnikání před jeho započítím.

V tabulce 9 jsou uvedeny výdaje potřebné k založení firmy společně s nutnými počátečními výdaji, jejichž součástí je zejména kauce ve výši dvou měsíčních nájmů požadovaná pronajímatelem. Z důvodů zařízení a schválení provozovny je nutné nájemní smlouvu uzavřít minimálně měsíc před zahájením provozu. Součástí zřizovacích výdajů bude tedy i první měsíční nájem.

Tabulka 9 Zřizovací výdaje (vlastní zpracování)

Druh výdaje	Částka v Kč
Živnostenské oprávnění – poplatek	1 000
Kauce za nájem (2 měsíce) + 1. nájem	9 634
Vypracování PBŘ od hasičů	2 000
<b>Celkem</b>	<b>12 634</b>

Tabulka 10 představuje výčet nejdůležitějšího vybavení pro fungování masážního studia. Výdaje vynaložené na vybavení studia obsahují nejen drobný majetek, který budou ve studiu sloužit po delší dobu, ale je taky tvořen jednorázovými počátečními investicemi do většího množství spotřebního materiálu.

Tabulka 10 Výdaje vynaložené na vybavení studia (vlastní zpracování)

Položka	Částka v Kč
Masážní lehátko	3 500
Židle pro maséra	1 200
Půlválec pod nohy	350
Masážní oleje – počáteční zásoba 5 ks	1 250
Masážní oleje BIO	1 100
Jednorázová prostěradla (100 m)	996

Ručníky (10 Ks)	340
Sada na baňkování	950
Sada na tejpování	840
Vybavení nábytkem	25 000
Paraván	1 800
Pracovní oděv a obuv	3 000
Hygienické, dezinfekční a úklidové prostředky	1 500
CD přehrávač + CD	1 694
Telefon	2 020
UCE software PHODA Mini	2 980
Kancelářské potřeby	500
Lékárnička	480
Hasicí přístroj	2 000
<b>Celkem</b>	<b>51 500 Kč</b>

Majitelka se rozhodla, že do výdajů potřebných k zahájení podnikání zahrne i výdaje vynaložené na absolvování kurzů, které jsou uvedeny v tabulce 11.

Tabulka 11 Výdaje vynaložené na absolvování kurzů (vlastní zpracování)

Název kurzu	Částka v Kč
Masér pro sportovní, rekondiční a regenerační masáž	5 500
Baňkování	800
Breussova masáž	800
Lymfatická masáž	1 500
Tejpování	4 500
<b>Celkem</b>	<b>13 100 Kč</b>

Tabulka 12 Celkové výdaje na zahájení podnikání (vlastní zpracování)

Druh výdaje	Částka v Kč
Zřizovací výdaje	12 634

Výdaje na vybavení studia	51 500
Výdaje na absolvování kurzů	13 100
Marketingové výdaje	9 080
Rezerva	23 000
<b>Celkem</b>	<b>109 314</b>

Tabulka 12 představuje souhrn výdajů potřebných k založení masážního studia. Jednotlivé výdaje jsou podrobněji vyčísleny v tabulkách 8–11. Počáteční výdaje dosahují částky 109 314 Kč, přičemž největší položku tvoří výdaje na vybavení samotného studia ve výši 51 500 Kč. Součástí vybavení jsou položky nezbytné pro fungování studia, ale také vybavení, podléhající požadavkům KHS a HZS. Jsou zde i výdaje na pořízení většího množství počátečního spotřebního materiálu, kterým jsou masážní a úklidové prostředky, jednorázové a hygienické potřeby. V průběhu dalších let budou tyto dokupovány průběžně dle potřeby vyplývající ze zájmu o prováděné služby. Bylo rozhodnuto, že do počátečních výdajů budou započítány i výdaje na absolvované kurzy, díky kterým je možné tuto činnost vykonávat. Dále bude zapotřebí zafinancovat i zřizovací výdaje zejména poplatek za zřízení živnosti, poplatek za vyhotovení bezpečnostně požárního řešení, které bude důležitým podkladem pro vydání dalších rozhodnutí důležitých pro zahájení činnosti. V neposlední řadě je potřeba počítat s počátečními výdaji spojenými s nájmem, kterými jsou kauce a také splátka nájmu za první měsíc, kdy bude prostor provozovny připravován ke schválení a zahájení provozu. S marketingovými výdaji se počítá zejména v počátcích podnikání, kdy forma propagace bude probíhat ještě před samotným zahájením provozu. Neopomenutelnou položkou je i rezerva vypočítaná na prvních pět měsících provozu pro případ, že by se podnikání a tržby z něj plynoucí nevyvíjely dle plánu. V případě, že nebude nutné rezervu využít pro tyto potřeby, mohou finanční prostředky zůstat na účtu do doby, než bude firma finančně samostatná. Popřípadě mohou být využity pro případ nenadálých situací.

Financování výše zmíněných počátečních výdajů bude zajištěno z vlastních prostředků paní majitelky bez použití cizích zdrojů. Pro financování masérského studia se ani do budoucna nepočítá s využitím cizích zdrojů.

### 10.6.2 Předpokládaný vývoj výdajů

V následující tabulce č. 13 jsou vyčísleny výdaje, které budou mít fixní charakter tzn., že budou hrazeny bez ohledu na to, zda a jak se firmě daří. Tyto výdaje jsou tvořeny pravidelnými měsíčními poplatky a dosahují výše 4 562 Kč. Výdaje jsou uvedeny pro první tři roky podnikání, přičemž v prvním roce se počítá s pěti měsíci fungování. Tyto výdaje jsou i v následujících letech plánovány v aktuální výši roku prvního. Vzhledem k aktuální situaci na trhu nelze adekvátně odhadnout míru jejich zvyšování. Případné navýšení by se přímo úměrně odrazilo i do cen poskytovaných služeb.

Nájemné, služby a výdaje za energie jsou propočítány dle předložené kalkulace společností MARLIN, s.r.o., která je součástí Přílohy P V. Součástí kalkulace pronajímaných prostor je i internetové připojení. Poskytovatelem služeb mobilního telefonu byl zvolen operátor T-Mobile, který nabízí měsíční paušál ve výši 585 Kč. Součástí ročních výdajů bude i jednorázový roční poplatek za zřízení a využívání internetové domény.

Tabulka 13 Předpokládané výdaje (vlastní zpracování)

V Kč	Měsíční výdaje	Výdaje r. 2023 (5 měsíců)	Výdaje roku 2024	Výdaje roku 2025
Nájem, služby	2 979	14 895	35 748	35 748
Energie	528	2 640	6 336	6 336
Vodné, stočné, teplo	240	1 200	2 880	2 880
Internet	230	1 150	2 760	2 760
Telefon paušál	585	2 925	7 020	7 020
Poplatek za doménu	0	0	180	180
Ostatní výdaje	0	0	500	500
Hygienické potřeby	0	0	2 820	5 720
Masážní prostředky	0	0	3 740	5 735
<b>Celkem</b>	<b>4 562</b>	<b>22 810</b>	<b>61 984</b>	<b>66 879</b>

Ostatní výdaje společně s hygienickými a masážními potřebami, budou tvořit variabilní složku výdajů. Jedná se o výdaje jejichž výše bude ovlivněna množstvím poskytovaných

služeb. Podrobnější rozpis jednotlivých položek s odhadovanou spotřebou je uveden v tabulce 14. Jejich výše je odhadnuta pro jednotlivé roky s přihlédnutím ke zvyšujícímu se počtu klientů. V prvním roce podnikání jsou tyto výdaje součástí počátečních výdajů.

Tabulka 14 Rozpis spotřebních výdajů (vlastní zpracování)

	Cena Kč	2024		2025	
		Ks	Celkem Kč	Ks	Celkem Kč
Mýdlo	40	3	120	5	200
Dezinfekce – úklid	270	4	1 080	10	2 700
Papírové role	60	5	300	8	480
Dezinfekce na povrchy	210	2	420	4	840
Papírové ručníky 150 ks	240	3	720	5	1 200
Igelitové pytle	60	3	180	5	300
<b>Celkem hygiena</b>			<b>2 820</b>		<b>5 720</b>
Oleje	250	5	1 250	8	2 000
Jednorázové prostěradlo	249	10	2 490	15	3 735
<b>Celkem masáže</b>			<b>3 740</b>		<b>5 735</b>

### 10.6.3 Předpokládaný vývoj tržeb

V následující kapitole budou provedeny výpočty měsíčních a ročních příjmů v rámci jednotlivých variant scénářů. Při výpočtu se vychází z nabízených služeb a jejich nacenění uvedených v tabulce č. 7. Frekvence poskytovaných úkonů v rámci jednotlivých typů masáže byla odhadnuta na základě provedeného průzkumu. Podkladem jsou zejména otázky č. 5 a 6 zaměřené na oblíbenost a případný zájem o danou službu. V rámci jednotlivých scénářů se nepočítá se změnou ceny, ta je vždy stejná. Varianty jednotlivých scénářů se liší ve vývoji počtu a typů poskytnutých služeb za měsíc. Tyto jsou následně přepočítány na roční příjem. V tabulce č. 15–17 jsou zpracovány plány jednotlivých variant pro první rok podnikání.



Tabulka 15 Scénář předpokládaného vývoje příjmů – pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Druh masáže	Cena úkonu (v Kč)	Počet úkonů za měsíc	Měsíční příjem (v Kč)	Roční příjem (v Kč)
Klasická 30 min.	350	8	2 800	33 600
Klasická 45 min.	400	14	5 600	67 200
Klasická 60 min.	650	0	0	0
Záda, šíje 20 min.	250	15	3 750	45 000
Sportovní	350	0	0	0
Sportovní pohot.	150	0	0	0
Baňkování záda	450	5	2 250	27 000
Baňkování DK	450	15	6 750	81 000
Breussova metoda	400	10	4 000	48 000
Lymfatická obličej	550	7	3 850	46 200
Lymfatická DK	850	9	7 650	91 800
Tejpování	350	0	0	0
<b>Celkem</b>		<b>83</b>	<b>36 650</b>	<b>439 800</b>

Tabulka 15 představuje plán tržeb pro pesimistickou variantu, při které se počítá se čtyřmi zákazníky denně a nezájmem o některé nabízené služby.

Tabulka 16 Scénář předpokládaného vývoje příjmů – realistická varianta (vlastní zpracování)

Druh masáže	Cena úkonu (v Kč)	Počet úkonů za měsíc	Měsíční příjem (v Kč)	Roční příjem (v Kč)
Klasická 30 min.	350	9	3 150	37 800
Klasická 45 min.	400	15	6 000	72 000
Klasická 60 min.	650	2	1 300	15 600
Záda, šíje 20 min.	250	16	4 000	48 000
Sportovní	350	1	350	4 200
Sportovní pohot.	150	0	0	0
Baňkování záda	450	7	3 150	37 800
Baňkování DK	450	15	6 750	81 000
Breussova metoda	400	10	4 000	48 000
Lymfatická obličej	550	7	3 850	46 200
Lymfatická DK	850	10	8 500	102 000
Tejpování	350	2	700	8 400
<b>Celkem</b>		<b>94</b>	<b>41 750</b>	<b>501 000</b>

Realistická varianta počítá již s pěti zákazníky denně. Při navýšení počtu zákazníků a zvýšeném zájmu i o jiné typy masáží by měsíční příjem činil 41 750 Kč

Tabulka 17 Scénář předpokládaného vývoje příjmů – optimistická varianta (vlastní zpracování)

Druh masáže	Cena úkonu (v Kč)	Počet úkonů za měsíc	Měsíční příjem (v Kč)	Roční příjem (v Kč)
Klasická 30	350	10	3 500	42 000
Klasická 45	400	17	6 800	81 600
Klasická 60	650	3	1 950	23 400
Záda, šíje 20	250	16	4 000	48 000
Sportovní	350	2	700	8 400
Sportovní pohot.	150	1	150	1 800
Baňkování záda	450	9	4 050	48 600
Baňkování DK	450	15	6 750	81 000
Breussova	400	11	4 400	52 800
Lymfatická obličej	550	7	3 850	46 200
Lymfatická DK 60 min	850	11	9 350	112 200
Tejpování	350	3	1 050	12 600
<b>Celkem</b>		<b>105</b>	<b>46 550</b>	<b>558 600</b>

V případě optimistické varianty by služeb využilo až 6 klientů denně a předpokládá se maximální zájem o veškeré nabízené služby. Za těchto podmínek by měsíční příjem činil 46 550 Kč.

Tabulka 18 Pesimistický scénář předpokládaného vývoje tržeb ve 2. a 3. roce (vlastní zpracování)

Druh masáže	Cena v Kč	2024		2025	
		Počet úkonů	Roční příjem	Počet úkonů	Roční příjem
Klasická 30 min	350	108	37 800	120	42 000
Klasická 45 min	400	180	72 000	204	81 600
Klasická 60 min	650	24	15 600	36	23 400
Záda, šíje 20 min	250	192	48 000	192	48 000
Sportovní 30 min	350	12	4 200	24	8 400
Sportovní pohot.	150	0	0	12	1 800
Baňkování – záda	450	84	37 800	108	48 600
Baňkování – DK	450	180	81 000	180	81 000
Breussova	400	120	48 000	132	52 800
Lymfatická obličej	550	84	46 200	84	46 200
Lymfatická DK	850	120	102 000	132	112 200
Tejpování	350	24	8 400	36	12 600
<b>Celkem</b>		<b>1 128</b>	<b>501 000</b>	<b>1 260</b>	<b>558 600</b>

V tabulce 18 jsou již uvedeny plány úkonů a příjmů pro roky 2024 a 2025. V případě pesimistické varianty by studio navštívilo denně pět zákazníků v roce 2024 a šest klientů v roce 2025.

Tabulka 19 Realistický scénář předpokládaného vývoje tržeb ve 2. a 3. roce (vlastní zpracování)

Druh masáže	Cena v Kč	2024		2025	
		Počet úkonů	Roční příjem	Počet úkonů	Roční příjem
Klasická 30 min	350	120	42 000	160	56 000
Klasická 45 min	400	204	81 600	244	97 600
Klasická 60 min	650	36	23 400	56	36 400
Záda, šíje 20 min	250	192	48 000	232	58 000
Sportovní 30 min	350	24	8 400	44	15 400
Sportovní pohot.	150	12	1 800	22	3 300
Baňkování – záda	450	108	48 600	130	58 500
Baňkování – DK	450	180	81 000	195	87 750
Breussova	400	132	52 800	140	56 000
Lymfatická obličej	550	84	46 200	90	49 500
Lymfatická DK	850	132	112 200	145	123 250
Tejpování	350	36	12 600	45	15 750
<b>Celkem</b>		<b>1 260</b>	<b>558 600</b>	<b>1 503</b>	<b>657 450</b>

Realistická varianta počítá s šesti klienty denně v roce 2024 a sedmi zákazníky v roce 2025.

Tabulka 20 Optimistický scénář předpokládaného vývoje tržeb ve 2. a 3. roce (vlastní zpracování)

Druh masáže	Cena v Kč	2024		2025	
		Počet úkonů	Roční příjem (Kč)	Počet úkonů	Roční příjem (Kč)
Klasická 30 min	350	160	56 000	200	70 000
Klasická 45 min	400	244	97 600	380	152 000
Klasická 60 min	650	56	36 400	90	58 500
Záda, šíje 20 min	250	232	58 000	250	62 500
Sportovní 30 min	350	44	15 400	128	44 800
Sportovní pohot.	150	22	3 300	110	16 500
Baňkování – záda	450	130	58 500	210	94 500
Baňkování – DK	450	195	87 750	205	92 250
Breussova	400	140	56 000	165	66 000
Lymfatická obličej	550	90	49 500	105	57 750
Lymfatická DK	850	145	123 250	190	161 500
Tejpování	350	45	15 750	60	21 000
<b>Celkem</b>		<b>1 503</b>	<b>657 450</b>	<b>2 093</b>	<b>897 300</b>

Optimistický scénář vychází z denní návštěvnosti sedmi zákazníků v roce 2024 a až devíti zákazníky v roce 2025.

V tabulkách 18–20 jsou podrobně rozepsány plány poskytovaných úkonů v rámci jednotlivých scénářů na následující dva roky. Při plánování je zachován stále stejný model založený na zvyšujícím se počtu zákazníků a jejich zvyšujícím se zájmu o jednotlivé druhy služeb. Počet úkonů je již naplánován za celý rok a vynásoben cenou za danou službu. Obecně lze říct, že se v rámci vývoje poskytovaných služeb, v jednotlivých letech a scénářích, počítá s navyšováním oblíbených typů masáží. Cílem ovšem je zvýšit zájem klientů i o masáže cenově náročnější, zviditelnit a naučit klienty využívat i typy masáží, které majitelka považuje za konkurenční vůči ostatním masážním studiím.

Tabulka 21 podává ucelený přehled o počtu prodaných služeb, tedy počtu obslužených zákazníků, za daný rok při jednotlivých variantách.

Tabulka 21 Plánované počty prodaných služeb za rok (vlastní zpracování)

	1. rok	2. rok	3. rok
Pesimistická	996	1 128	1 260
Pravděpodobná	1 128	1 260	1 503
Optimistická	1 260	1 503	2 000

Tabulka 22 uvádí celkové plánované příjmy za jednotlivé varianty a v rámci jednotlivých let.

Tabulka 22 Plánované prodeje služeb za rok – tržby v Kč (vlastní zpracování)

V Kč	1. rok	2. rok	3. rok
Pesimistická	439 800	501 000	558 600
Realistická	501 000	558 600	657 450
Optimistická	558 600	657 450	897 300

Z tabulek 21 a 22 lze názorně vidět vývoj příjmů v závislosti na množství poskytnutých služeb v rámci jednotlivých variant. Pesimistická varianta prvního roku počítá se 4 poskytnutými úkony denně. V rámci této varianty je možné, že některé dny nenavštíví studio žádný zákazník popřípadě se objedná méně lidí, než plánovaný počet. V dalších dnech naopak může nastat dorovnání počtu zákazníků zvýšeným zájmem o služby. Optimistická varianta třetího roku počítá až s devíti zákazníky denně. Jde opravdu o velmi optimistický model, i když i ten je realizovatelný v případě, že si masérka dobře rozvrhne druhy poskytovaných služeb v rámci dne. Taky je třeba upozornit na fakt, že se jedná o model

nabízených služeb ve stádiu plánování, což může mít vliv zejména na výši tržeb. Průměrná cena za poskytnutou službu je například v rámci prvního roku pravděpodobné varianty 444 Kč za poskytnutou službu. Z údajů v tabulce 7, ve které jsou uvedeny ceny za různé druhy masáží, vyplývá, že bude rozdíl, pokud si oněch pět zákazníků objedná službu za cenu nižší nebo naopak vyšší jak stanovený průměr. V takovém případě se mohou tržby oproti plánu zvýšit nebo mohou zůstat relativně stejné ovšem při menším počtu zákazníků.

#### 10.6.4 Výpočet daňové povinnosti

V následující kapitole bude zjištěna vlastní daňová povinnost pro první tři roky podnikání. Budou provedeny výpočty pro variantu s využitím paušálních výdajů a pro variantu při uplatnění skutečně uznatelných výdajů. Vzhledem k tomu, že podnikatelský subjekt začal vykonávat svou činnost od srpna roku 2023, je v tomto roce počítáno s příjmy a skutečně vynaloženými výdaji za 5 měsíců. Výše příjmů byla pro následující výpočty převzata z varianty realistického scénáře.

Tabulka 23 Zjištění daňové povinnosti při uplatnění skutečných výdajů – realistická varianta (vlastní zpracování)

v Kč	2023 (5 měsíců)	2024	2025
Příjmy dle § 7	208 750	558 600	657 450
Výdaje skutečné	132 124	61 984	66 879
Základ daně dle § 23	76 626	496 616	590 571
Zaokrouhlený ZD dle § 16	76 600	496 600	590 500
Sazba daně 15% dle § 16	11 490	74 490	88 575
Sleva na poplatníka § 35ba	30 840	30 840	30 840
<b>Daňová povinnost</b>	<b>0</b>	<b>43 650</b>	<b>57 735</b>

V tabulce 23 je daňový základ vypočítán při uplatnění skutečných výdajů. Součástí skutečných výdajů za rok 2023, jsou veškeré počáteční výdaje uvedené v tabulce č. 12 plus měsíční výdaje za 5 měsíců podnikání (od srpna) vyčíslené v tabulce č. 13. Zjištěný základ daně je zaokrouhlený dle § 16 na celá sta Kč dolů. Ze zaokrouhleného daňového základu je vypočtena 15 % daň z příjmu. Daňová povinnost při uplatnění skutečných výdajů je v roce

2023 z důvodů uplatněné slevy na poplatníka nulová. Nicméně v letech 2024 a 2025 je již daňová povinnost vykazovaná v částkách 43 650 Kč a 57 735 Kč.

Tabulka 24 Zjištění daňové povinnosti při uplatnění paušálních výdajů – realistická varianta (vlastní zpracování)

V Kč	2023 (5 měsíců)	2024	2025
Příjmy dle § 7	208 750	558 600	657 450
Výdaje paušálem 60% dle § 7	125 250	335 160	394 470
Základ daně dle § 23	83 500	223 440	262 980
Zaokrouhlený ZD dle § 16	83 500	223 400	262 900
Sazba daně 15 % § 16	12 525	33 510	39 435
Sleva na poplatníka § 35ba	30 840	30 840	30 840
<b>Daňová povinnost</b>	<b>0</b>	<b>2 670</b>	<b>8 595</b>

V tabulce 24 je zjištěna daňová povinnost za použití výdajů paušálem. V případě uplatnění výdajů paušálem by daňová povinnost pro první rok podnikání byla nulová, a to díky uplatněné slevě na poplatníka, kterou je možné uplatnit za celý rok. V následujících letech by daňová povinnost činila 2 670 Kč pro rok 2024 a 8 595 pro rok 2025. Zvyšující se daňová povinnost svědčí o zvyšujících se příjmech.

Porovnáním výpočtů uvedených v tabulkách 23 a 24 bylo zjištěno, že zejména v letech 2024 a 2025 skutečné výdaje nedosahují výše paušálních výdajů. I když jsou v prvním roce podnikání skutečné výdaje vyšší, což je způsobeno započítáním počátečních výdajů, daňová povinnost vychází stále nulová stejně jako při uplatnění výdajů paušálem. Není tedy třeba k této skutečnosti přihlížet. Z výše uvedeného tedy bylo rozhodnuto, že podnikatelský subjekt bude při zjišťování daňového základu využívat výdaje paušálem, které umožní od zjištěných příjmů odečíst výdaje ve výši až 60 % příjmů, čímž vzniká nižší daňová povinnost.

Tabulka 25 Zjištění daňové povinnosti při uplatnění paušálních výdajů – pesimistická varianta (vlastní zpracování)

V Kč	2023 (5 měsíců)	2024	2025
Příjmy dle § 7	183 250	501 000	558 600
Výdaje paušálem 60% dle § 7	109 950	300 600	335 160
Základ daně dle § 23	73 300	200 400	223 440
Zaokrouhlený ZD dle § 16	73 300	200 400	223 400
Sazba daně 15 % dle § 16	10 995	30 060	33 510
Sleva na poplatníka § 35ba	30 840	30 840	30 840
<b>Daňová povinnost</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2 670</b>

Tabulka 26 Zjištění daňové povinnosti při uplatnění paušálních výdajů – optimistická varianta (vlastní zpracování)

V Kč	2023 (5 měsíců)	2024	2025
Příjmy dle § 7	232 750	657 450	897 300
Výdaje paušálem 60% dle § 7	139 650	394 470	538 380
Základ daně dle § 23	93 100	262 980	358 920
Zaokrouhlený ZD dle § 16	93 100	262 900	358 900
Sazba daně 15 % § 16	13 965	39 435	53 835
Sleva na poplatníka § 35ba	30 840	30 840	30 840
<b>Daňová povinnost</b>	<b>0</b>	<b>8 595</b>	<b>22 995</b>

V tabulkách 25 a 26 jsou vypočítány daňové povinnosti i pro varianty pesimistické a optimistické v rámci jednotlivých let. V případě naplnění pesimistického scénáře by daňová povinnost byla nulová nejen pro první rok podnikání, ale i pro rok následující.

### 10.6.5 Vyúčtování záloh na sociální a zdravotní pojištění

- **Sociální pojištění**

Jednou z hlavních povinností osoby samostatně výdělečně činné je v rámci sociálního zabezpečení platit pojistné na důchodové pojištění a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti. Záloha na pojistné činí 29,2 % z měsíčního vyměřovacího základu. V prvním roce podnikání musí OSVČ vykonávající hlavní činnost platit minimální měsíční zálohy, které se počítají z minimálního vyměřovacího základu. Pro rok 2023 jsou stanoveny minimální zálohy na sociální pojištění ve výši 2 944 Kč a jsou vypočítány z minimálního vyměřovacího základu ve výši 10 081 Kč. Po skončení zdaňovacího období je osoba samostatně výdělečně činná povinna podat přehled o příjmech a výdajích za daný kalendářní rok. Na základě podaného přehledu, ve kterém se uvádí výše daňového základu, se zjistí výše vyměřovacího základu a výše zaplacených záloh. Následně dochází k vyúčtování záloh. (Zálohy na pojistné na důchodové pojištění, © 2023) Pro účely dalších výpočtů vedoucích ke zjištění záloh na sociální a zdravotní pojištění a následného výpočtu čistého zisku budou pro roky 2023, 2024 a 2025 použita data realistické varianty.

Tabulka 27 Vyúčtování záloh na sociální pojistné – realistická varianta (vlastní zpracování)

V Kč	2023	2024	2025
Daňový základ zjištěný	83 500	223 440	262 980
50 % vyměřovací základ	41 750	111 720	131 490
Měsíční VZ – zjištěný	8 350	9 310	10 958
Minimální měsíční VZ	10 081	10 081	10 081
Minimální měsíční záloha	2 944	2 944	2 944
Výše pojistného za rok	14 720	35 328	38 400
Zaplacené zálohy za rok	14 720	35 328	35 328
<b>Doplatek</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3 072</b>

V průběhu let 2023 a 2024 byl zjištěný měsíční vyměřovací základ nižší než minimální, proto zůstaly zálohy na minimálních částkách. Vzhledem k tomu, že vyměřovací základ



za rok 2025 bude vyšší než minimální vyměřovací základ, vzniká na zálohách nedoplatek ve výši 3 072 Kč a nové měsíční zálohy pro následující rok 2026 by činily 3 200 Kč.

Tabulka 28 Vyúčtování záloh na SP pesimistická/optimistická varianta (vlastní zpracování)

V Kč	2023		2024		2025	
	P	O	P	O	P	O
Daňový základ	73 300	93 100	200 400	262 980	223 440	358 920
50 % VZ	36 650	46 500	100 200	131 490	11 720	179 460
VZ – zjištěný	7 330	9 310	8 350	10 958	9 310	14 955
Min. měsíční VZ	10 081	10 081	10 081	10 081	10 081	10 081
Min měs. záloha	2 944	2 944	2 944	2 944	2 944	2 944
Výše pojistného	14 720	14 720	35 328	38 400	35 328	52 404
Zaplacené zálohy	14 720	14 720	35 328	35 328	35 328	38 400
<b>Doplatek</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3 072</b>	<b>0</b>	<b>14 004</b>

Při propočtech záloh na sociální pojištění v dalších variantách je možné vidět, že v případě optimistické varianty by již docházelo k doplatkům v rámci vyúčtování a následným zvyšováním měsíčních záloh. Zálohy na rok 2025 by činily 3 200 Kč měsíčně a na další rok 2026 by dosahovaly výše 4 367 Kč.

- **Zdravotní pojištění**

Vyměřovacím základem pro pojistné na veřejné zdravotní pojištění je u OSVČ 50 % daňového základu ze samostatné činnosti. Z dosaženého vyměřovacího základu je osoba samostatně výdělečně činná povinna odvést 13,5 %. Pokud by byl dosažený vyměřovací základ u OSVČ nižší než je minimální vyměřovací základ, je tato osoba povinna odvést pojistné z minimálního vyměřovacího základu. Pro rok 2023 činí minimální vyměřovací základ 20 162 Kč a měsíční minimální záloha na pojistné je 2 722 Kč. (Jaký je minimální vyměřovací základ? © 2023)

Tabulka 29 Vyúčtování záloh na zdravotní pojistné – realistická varianta (vlastní zpracování)

V Kč	2023	2024	2025
------	------	------	------



Vzhledem k tomu, že jde v rámci diplomové práce o nastínění předběžného výhledu zálohových plateb na sociální a zdravotní pojištění pracuje se s hodnotami minimálních vyměřovacích základů a minimálních záloh platných k 1. 1. 2023. Pro přesnější výpočty se musí počítat s každoroční změnou výše minimálního vyměřovacího základu odvíjejícího se od průměrné mzdy daného roku.

### 10.6.6 Výpočet čistého zisku

Po vyúčtování záloh na sociální a zdravotní pojištění, kdy je zjištěna skutečná odvodová povinnost na pojistném, je možné, společně po odečtení daně z příjmu, zjistit konečný čistý příjem z podnikání. Základ daně byl zjištěn po odečtení skutečných výdajů od dosažených příjmů. Následně byla odečtena daň. Po odečtení záloh na sociální a zdravotní pojištění je zjištěn čistý roční příjem.

Tabulka 31 Výpočet čistého ročního příjmu – realistická varianta (vlastní zpracování)

V Kč	2023	2024	2025
Základ daně	76 626	496 616	590 571
Daňová povinnost	0	2 670	8 622
Sociální pojistné	14 720	35 328	38 400
Zdravotní pojistné	13 610	32 664	32 664
<b>Čistý roční příjem</b>	<b>48 296</b>	<b>425 954</b>	<b>510 885</b>

V prvním roce podnikání vychází čistý příjem ve výši 48 296 Kč. Je potřeba si uvědomit, že podnikání v rámci daného roku bude probíhat pouze po dobu 5 měsíců a vzniklé příjmy budou poníženy o výdaje potřebné k zahájení podnikání. V dalších letech jsou již uplatňovány pouze výdaje související s podnikáním v daném roce. Příjmy pro zjištění daňového základu jsou převzaty z plánů tržeb pro jednotlivé roky, a to ze scénáře realistické varianty. Aby bylo dosaženo příjmu 48 296 Kč, je pro rok 2023 počítáno s 5 klienty denně. V roce 2024 by pro dosažení příjmů 425 954 Kč mělo využít služeb 6 zákazníků, a aby byl v roce 2025 zajištěn příjem ve výši 510 885 Kč mělo by studio navštívit 7 zákazníků denně.

Tabulka 32 Výpočet čistého ročního příjmu pesimistická/optimistická varianta (vlastní zpracování)

V Kč	2023	2024	2025
------	------	------	------

	P	O	P	O	P	O
Základ daně	51 126	100 626	439 016	595 466	491 726	830 426
Daňová povinnost	0	0	0	8 595	2 670	22 995
Sociální pojistné	14 720	14 720	35 328	38 400	35 328	52 404
Zdravotní pojistné	13 610	13 610	32 664	32 664	32 664	32 664
<b>Čistý roční příjem</b>	<b>22 796</b>	<b>72 296</b>	<b>371 024</b>	<b>515 807</b>	<b>421 064</b>	<b>722 363</b>

V tabulce 32 lze sledovat vývoj čistého příjmu v rámci jednotlivých let při různých variantách. Čistý příjem za první rok podnikání při pesimistické variantě by činil 22 796 Kč, což je poměrně malý zisk, nicméně opět je třeba připomenout zahrnutí zřizovacích výdajů, které se v následujících letech již neopakují. To je patrné již v roce 2024 kdy by čistý příjem u pesimistické varianty činil 371 024 Kč. Optimistická varianta roku 2025 počítá s devíti klienty za den, což by mohlo přinést zisk ve výši 722 363 Kč. Při vybudování stálé a spokojené klientely by mohl nastat i tento scénář.

### 10.6.7 Výpočet bodu zvratu

Pro potřeby výpočtu bodu zvratu budou identifikovány fixní a variabilní náklady. Fixní náklady budou převzaty z tabulky 13 a dále budou navýšeny o částku 20 000 Kč za měsíc, použitou pro potřeby podnikatele, a o povinné zálohy na sociální a zdravotní pojištění.

Tabulka 33 Identifikace nákladů (vlastní zpracování)

V Kč	Měsíční N	Roční N
Nájem, služby	2 979	35 748
Energie	528	6 336
Vodné, stočné, teplo	240	2 880
Telefon paušál T-Mobile	585	7 020
Internet	230	2 760
Poplatek za doménu	15	180
Osobní potřeba	20 000	240 000

Zálohy SZP	5 666	67 992
<b>Celkem</b>	<b>30 243</b>	<b>362 916</b>

Výše variabilních nákladů je odhadnuta na 10 Kč za jednu poskytnutou službu a průměrná cena za poskytnutou službu činí 444 Kč.

Pro výpočet bodu zvratu bude použit vztah:

$$q(\mathbf{BZ}) = \frac{FN}{(p-b)}$$

$$q(\mathbf{BZ}) = \frac{362\,916}{(444-10)}$$

$$q(\mathbf{BZ}) = 836 \text{ služeb za rok} \Rightarrow 70 \text{ zákazníků za měsíc} \Rightarrow 3,5 \text{ zákazníků denně}$$

Aby byly pokryty veškeré náklady je potřeba, aby bylo za rok poskytnuto alespoň 836 služeb. To znamená, že služeb masážního studia by měli využít alespoň 4 lidé denně. Jedná se o minimální počet poskytnutých služeb nutných proto, aby se firma nedostala do ztráty. Každý další zákazník začíná studiu přinášet zisk.

### 10.6.8 Ekonomické zhodnocení projektu

Pro ekonomické zhodnocení projektu bude využit jeden z ukazatelů finanční analýzy, a to návratnost investice.

- **ROI – návratnost investice**

Ukazatele ROI, označovaného též jako ukazatele výnosnosti či rentability, se dle Knápkové et al. (2017, s. 105) používá pro měření výnosnosti kapitálu, který byl vložen do majetku firmy. Je vyjádřen vztahem čistý zisk, nebo ztráta vůči počáteční investici:

$$\mathbf{ROI} = \mathbf{zisk} / \mathbf{investice} * 100 \quad (2)$$

V našem případě je investice tvořena počáteční investicí ve výši 109 314 Kč, která byla vložena do firmy zcela z vlastních zdrojů. Zisk je tvořen odhadem ročních čistých příjmů na základě tří vypracovaných scénářů uvedených v tabulce 31 a 32.

Tabulka 34 Návratnost investice (vlastní zpracování)

Varianty ROI	1 rok	2 rok	3 rok
Pesimistická	21 %	339 %	385 %

Pravděpodobná	44 %	390 %	467 %
Optimistická	66 %	472 %	661 %

Vypočítané hodnoty ROI, uvedené v tabulce 34 uvádí, jaké procento zisku vložená investice po dobu ekonomické životnosti přináší. Z tabulky je možné vyčíst, že míra návratnosti finančních prostředků investovaných do zamýšleného projektu je již v prvním roce poměrně vysoká. Vložená investice se vrátí a její přínos bude značný. Zejména v dalších letech podnikání, dokonce i v rámci pesimistického scénáře, bude výnosnost natolik vysoká, že se vyplatí projekt realizovat a podstoupit podnikatelské riziko.

- **Doba návratnosti investice**

Doba návratnosti investice vyjadřuje, za jak dlouho se nám vložená investice do podnikání vrátí.

$$\text{Doba návratnosti investice} = \text{investice} / \text{čistý zisk} = 109\,314 / 48\,296 = 2,3 \text{ roky} \quad (3)$$

Tabulka 35 Přehled příjmů (vlastní zpracování)

V Kč	1. rok	2. rok	3. rok
Čistý příjem	48 296	425 954	510 885
Počáteční investice	109 314	109 314	109 314

Tabulka 36 Splátka investice (vlastní zpracování)

V Kč	PS investice	Splátka	KS investice
1. rok	109 314	48 296	61 018
2. rok	61 018	61 018	0

Při čistém zisku 48 296 by doba splácení celkového investovaného kapitálu činila 2,3 roky. Vzhledem k plánované výši zisku ve druhém roce, bude doba návratnosti investice 1 rok a 2 měsíce.

### 10.6.9 Alternativní řešení – přijetí nového zaměstnance

V případě, že by o masážní studio v průběhu let byl projevěn tak velký zájem, při kterém by jedna osoba nebyla schopna poskytnout dostatečné množství služeb, je možné přemýšlet o přijetí jednoho zaměstnance na HPP.

V rámci alternativního výpočtu se bude vycházet z pravděpodobné varianty, u které se počítá s příjmy ve výši 558 600 Kč za rok při cca 6 zákaznících za den (1 260 za rok). Budeme tedy uvažovat, že v případě přijetí další pracovní síly na HPP by mohl být prováděn dvojnásobný počet úkonů. Bylo by provedeno 2 520 úkonů za rok (12 úkonů za den) při celkových plánovaných příjmech 1 117 200 Kč za rok.

Tabulka 37 Zjištění daňové povinnosti – alternativní řešení (vlastní zpracování)

V Kč	Reálné výdaje	Paušál: částka
Příjmy dle (§ 7)	1 117 200	1 117 200
Paušál	x	60 %
Výdaje	67 984	670 320
Mzdové výdaje	276 000	x
SZP za zaměstnance 33,8 %	93 288	x
Základ daně dle § 23	679 928	446 880
Zaokrouhlený ZD dle § 16	679 900	446 800
Sazba daně 15 % dle § 16	101 985	67 020
Sleva na poplatníka § 35ba	30 840	30 840
<b>Výsledná daň</b>	<b>71 148</b>	<b>36 180</b>
SP podnikatel	99 270	65 245
ZP podnikatel	45 895	32 664

Za účelem zjištění daňové povinnosti byly v tabulce 37 provedeny propočty při uplatnění skutečných a paušálních výdajů. Z výše uvedeného je patrné, že je opět výhodnější uplatnit výdaje paušálem, čímž vznikne nižší daňová povinnost i nižší odvody na sociální a zdravotní pojištění podnikatele. Vyměřovací základ, 50 % ze ZD 679 928 Kč, činí 339 964

Kč a z toho případně 29,2 % na SP a 13,5 % na ZP. Vyměřovací základ při uplatnění paušálních výdajů, 50 % ze ZD 446 880 Kč, činí 223 440 Kč. Z toho 29,2 % případně na SP a ZP bude počítáno z minimálního vyměřovacího základu.

Tabulka 38 Výpočet čistého příjmu – alternativní řešení (vlastní zpracování)

<b>V Kč</b>	<b>Reálné výdaje</b>	<b>Paušál</b>
Základ daně	679 928	679 928
Výsledná daň	71 148	36 180
SZP podnikatel	145 165	95 409
<b>Čistý příjem</b>	<b>463 615</b>	<b>548 339</b>

Při zjišťování čistého příjmu jsou již v obou variantách od plánovaných příjmů odečteny reálné plánované náklady a zjištěné daňové povinnosti. Při porovnání plánovaného čistého příjmu pravděpodobné varianty v roce 2024, který vyšel 425 954 Kč a výše zjištěných hodnot uvedených v tabulce 38 je diskutabilní, zda by přijetí dalšího zaměstnance bylo pro studio přínosné. Je třeba zvážit finanční přínos ve výši 122 385 Kč, v případě využití paušálních výdajů, versus veškeré administrativní nároky a zodpovědnost s novým zaměstnancem spojené. Nemalé riziko spočívá i v zachování loajality zaměstnance vůči zaměstnavateli.



## 11 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza slouží k analýze vnějšího a vnitřního prostředí nově vznikající firmy. Zjišťuje, jaké jsou její silné a slabé stránky. Silné stránky představují přednosti firmy, kterých je možné při podnikání využít a slabé stránky upozorňují na nedostatky, se kterými je potřeba se vyrovnat ve vztahu ke změnám v prostředí. Příležitosti a hrozby jsou důsledkem vnějšího působení na firmu. Příležitostí je třeba využít ve svůj prospěch a hrozby odvrátit.

Tabulka 39 Matice SWOT analýzy (vlastní zpracování)

S Silné stránky	W Slabé stránky
Strategická poloha s dobrou dopravní dostupností Nabídka sportovní masáže a tejpování Příjemné prostředí a flexibilní pracovní doba Ochota k sebevzdělávání	Nové, neznámé studio Žádná klientela Fyzicky náročná práce Jeden provozovatel Samofinancování
O Příležitosti	T Hrozby
Malá konkurence v poskytování sportovních masáží a tejpování Možnost oslovení sportovních klubů Zájem obyvatelstva o své zdraví, kvalitní život Životní styl – neustálý tlak na psychiku člověka	Vyšší konkurence v oboru Nově vstupující konkurence na trh – nízká bariéra vstupu do odvětví Rostoucí ceny vstupů Pokles zájmu o služby v důsledku zvýšení nezaměstnanosti a z ekonomických důvodů

- **Silné stránky**

Za jednu z nejsilnějších stránek podnikatelského plánu je považováno strategické umístění provozovny. Provozovna bude umístěna v blízkosti centra Uherského Hradiště, v těsné blízkosti nákupního centra, které je velmi oblíbené, a do kterého denně směřuje velké množství obyvatel nejen z Uherského Hradiště, ale i z blízkého okolí. V bezprostřední blízkosti se nachází i obytné domy, jejichž obyvatelé projíždí kolem provozovny. V samotné

budově jsou i další pronajímané prostory, díky kterým se v budově pohybují další potenciální klienti.

Dopravní dostupnost úzce souvisí s již zmíněným nákupním centrem, před kterým se nachází rozlehlá parkovací plocha. Před samotnou budovou, ve které se provozovna bude nacházet, je poměrně rozlehlé parkoviště, které je možné využít bez poplatku. Za zmínku stojí i nově zbudovaná autobusová zastávka nacházející se v krátké dostupné vzdálenosti od provozovny. Odtud směřuje autobus přímo do centra města na hlavní autobusové nádraží, odkud směřují autobusy již do všech okolních obcí.

Jednou ze silných stránek jsou i nabízené služby, jejich množství a skladba. Za nejsilnější výhodu může být považovaná nabídka tzv. sportovní masáže, která se u konkurence nenachází. Na základě průzkumu bylo zjištěno, že tyto masáže jsou nejvíce poskytovány v rámci sportovního klubu Veslařský klub Morávia Uherské Hradiště.

Zajištění maximálního pohodlí a příjemného prostředí by mělo být při poskytování tohoto typu služeb automatické. Nicméně provozovna se bude nacházet v nově zrekonstruované budově s možností výtahu, tak již samotný vstup bude velmi příjemný.

I když samotná provozovna bude mít stálou provozní dobu, přesto se v případě potřeby zákazníků bude studio snažit maximálně vyhovět časovým možnostem zákazníků v návaznosti na jejich pracovní dobu a rodinné závazky.

V rámci udržení potenciální klientely a jejich spokojenosti, bude studio rozšiřovat nabídku svých služeb nejen dle uvážení paní provozovatelky, ale i na základě vyhodnocených požadavků od klientů. Služby budou rozšiřovány na základě vydaných akreditací o absolvování výukových kurzů. Již v tuto chvíli je jisté, že si bude provozovatelka chtít v co nejkratší době dodělat kurz pro poskytování masáže lávovými kameny. O tento typ masáže byl dle marketingového výzkumu projeven poměrně velký zájem a v portfoliu nabízených služeb v současné době chybí.

- **Slabé stránky**

Nejslabší stránkou v počátcích podnikání je neznalost nově vstupujícího studia na trh, s čímž souvisí i nulová klientela. Poměrně velká konkurence a věrnost zákazníků, bude vyžadovat zaměření se zejména na propagaci nově vznikající firmy, což bude zapotřebí učinit ještě před samotným zahájením provozu.

První klientela bude tvořena nejspíš známými a rodinnými příslušníky, kteří mohou šířit povědomí o novém masážním studiu. Z dotazníkového šetření vyplývá, že právě tento způsob získávání povědomí a informací o masážním studiu je jedním z nejčastějších. Nově přichozí klienti mohou být motivováni např. založením věrnostní karty, na kterou budou vázány různé výhody. Dlouhodobým cílem je získat si na trhu stabilní postavení, tedy mít stálé klienty, zajistit, udržet a zvyšovat jejich spokojenost prostřednictvím nabízených kvalitních služeb a na základě kladných referencí získávat nové zákazníky.

V počátcích podnikání bude nové studio provozovat paní majitelka sama, což může být poměrně velkou slabinou ve chvíli, kdy v důsledku nenadálé indispozice nebo situace nebude schopna vykonávat svou činnost. S touto slabinou souvisí i fyzická a psychická náročnost práce, kdy bude zapotřebí si řádně rozplánovat jednotlivé masáže. Pokud to bude možné, střídát fyzicky a časově náročnější druh masáže s odpočinkovějším typem. Je důležité také dbát na pauzy mezi jednotlivými masážemi.

Samofinancování může být považováno za slabou stránku v případě špatně odhadnutého finančního plánu. V případě finančních problémů a vzhledem k právní formě podnikání by bylo poměrně obtížné získat úvěr. Proto by bylo vhodné stanovit si maximální částku, kterou by podnikatelka byla ochotna, v případě potřeby, do podnikání vložit

- **Příležitost**

Velká příležitost pro rozvoj studia je spatřována v absenci poskytovaných sportovních masáží ze strany konkurenčních studií. Vzhledem k tomu, že se v Uherském Hradišti nachází spousta sportovních zájmových klubů, sdružující zejména mládež, cesta tímto směrem by v budoucnu mohla být jednou z možností rozšíření působnosti. Příkladem mohou být tenisové kurty, nacházející se v blízkosti provozovny, na kterých se v sezoně konají turnaje, pořádané tenisovým klubem, pod záštitou Českého tenisového svazu. Do budoucna je možné s klubem navázat spolupráci a při podobných akcích být k dispozici. Se sportovní masáží a výše zmíněnými aktivitami souvisí i tejpování, které celý proces sportovní masáže podporuje, posiluje a napomáhá k řešení akutních stavů.

Jednou z velkých příležitostí v oblasti poskytování masáží je využít zájmu lidí o upevnování svého zdraví. Neustále se zvyšující nároky na výkony a celková uspěchanost doby, může na potenciální klienty působit negativním způsobem. Jde o faktory, které mohou způsobovat fyzické i psychické napětí, se kterým si právě masáž dokáže poradit.

- **Hrozby**

Největší hrozbou je konkurence v oboru, jak stávající, tak potenciální. Zde je zapotřebí využít na maximum svých silných stránek k jejímu potlačení.

Rostoucí ceny vstupů jsou v současné době velmi aktuální hrozbou, se kterou je třeba počítat a nepodcenit ji. V rámci cen spotřebního materiálu je vhodné sledovat ceny dodavatelů a porovnávat je s konkurencí. V případě zvýšení cen energií, popřípadě nájmu bude nutné propočítat jejich dopad na celkové hospodaření a případně zvýšit ceny služeb. Pro potřeby pokrytí jednorázového většího výdaje, například z vyúčtování, je možné využít vytvořenou rezervu.

Pokles zájmu o služby v důsledku zvýšení nezaměstnanosti a z ekonomických důvodů je hrozba, která se může zdát být poměrně velká, protože poskytované služby jsou plně hrazeny z důchodů klientů. Nicméně z průzkumu bylo zjištěno, že masáž je pro zákazníky služba, za kterou jsou ochotni si zaplatit, a to i vzhledem k tomu, že neexistují substituty. Pokud by se přesto začal snižovat počet zákazníků, bylo by potřeba přehodnotit výši sazeb za poskytované služby, popřípadě opět využít propagace.

Závěrem lze konstatovat, že z výše uvedeného by bylo nejvhodnější využít strategie, kdy by za pomoci silných stránek byly využity příležitosti. Jako například díky nabízeným sportovním masáží oslovit sportovní kluby. Zároveň by se pomocí této silné stránky mohla odvrátit hrozba konkurence, která tento typ masáží téměř nenabízí. Za pomoci další silné stránky, ochoty k sebevzdělávání, tedy postupného nabízení nových masážních metod, je možné posílit příležitosti související se zájmem obyvatel o své zdraví a odvrácení hrozby nově vstupující konkurence.

## 12 ANALÝZA RIZIK

V následující kapitole budou specifikována rizika a nastolena opatření vedoucí k jejich eliminaci. Na základě pravděpodobnosti výskytu rizik a míry jejich dopadu bude sestavena matice rizik.

Pro analýzu vybraných rizik byla vyhotovena bodová škála, pomocí které bude hodnocena pravděpodobnost výskytu rizik a jejich dopad.

Tabulka 40 Hodnocení dopadu rizik (vlastní zpracování dle zdroje: Srpová, 2011, s. 214)

Velikost dopadu/ pravděpodobnost výskytu	Slovní vyjádření	Komentář k velikosti dopadu
1	Velmi nízké	Riziko neohrozí plynulý chod firmy
2	Malé	Riziko může negativně ovlivnit průběh projektu, ale nebrání jeho dokončení
3	Střední	Riziko může narušit uskutečnění projektu
4	Velké	Riziko může výrazně ohrozit realizaci projektu
5	Velmi vysoké	Riziko je destruktivní pro uskutečnění projektu

Následně byla zpracována tabulka 41, ve které jsou identifikována a vyhodnocena nejzásadnější rizika, jejich pravděpodobnost výskytu a možný dopad. Součástí jsou i navržená preventivní opatření.

Tabulka 41 Vyhodnocení pravděpodobnosti a dopadu rizik (vlastní zpracování)

Riziko	Pravdě- podobnost výskytu	Velikost dopadu	Součin	Preventivní opatření
Nedostatečný počet zákazníků	3	4	12	Marketingová podpora při prodeji (poskytování) služeb, dostatečná propagace, rozšíření služeb
Nespokojenost zákazníků	2	4	8	Vstřícný přístup, kvalitní služby, orientace na pohodlí zákazníka
Zdravotní komplikace u masérky	3	5	15	Zvýšená opatrnost a péče o zdraví. Vyhýbat se exponovaným místům v době epidemií. Prevence.

Konkurenční tlak na cenu	2	3	6	Kvalitnější služby, větší rozsah služeb, zajištění stabilní klientely
Zvýšení cen vstupů	3	2	6	Sledovat ceny jednotlivých dodavatelů a mít přehled o konkurenci. Vybudování dobrých a dlouhodobých obchodních vztahů
Výpověď z nájmu	1	3	3	Včasné platby, bezproblémové chování

Identifikovaná a vyhodnocená rizika byla z tabulky 41 převedena do matice rizik (tabulka 42).

Tabulka 42 Matice rizik (vlastní zpracování)

		Riziko dopadu				
		Velmi nízké	Nízké	Střední	Vysoké	Velmi vysoké
Pravděpodobnost		1	2	3	4	5
Velmi vysoká	5					
Vysoká	4					
Střední	3		Zvýšení cen vstupů		Nedostatečný počet zákazníků	Zdravotní komplikace masérky
Nízká	2			Konkurenční tlak na cenu	Nespokojenost zákazníků	
Velmi nízké	1			Výpověď z nájmu		

	Nízká závažnost rizika
	Střední závažnost rizika
	Vysoká závažnost rizika

Z matice rizik je patrné, že největší hrozbu představuje **riziko vzniku zdravotních problémů u masérky**. Vzhledem k tomu, že masáže poskytuje pouze jeden člověk, tato hrozba by způsobila přerušení další činnosti. Objednané masáže by musely být zrušeny a zákazníci přejednaní na nové termíny. Vzniká zde ovšem riziko, že by klienti mohli po dobu výpadku přejít ke konkurenci. Nemalé dopady by vznik tohoto rizika měl i na finanční situaci firmy. Pro eliminaci tohoto rizika leží největší zodpovědnost na paní majitelce, která bude zároveň masáže provádět. Měla by dbát na hygienu práce a na své fyzické i psychické zdraví, což spočívá zejména ve vhodném rozvržení jednotlivých masáží a zachování odpočinkových přestávek mezi jednotlivými úkony. Dále by měla dodržovat zásady zdravého životního stylu, s čímž souvisí prevence v době epidemií a nevystavovat se rizikovým aktivitám ohrožující zdraví.

**Nedostatečný počet zákazníků** je další, zejména finanční hrozbou. Při špatně odhadnutém počtu zákazníků nebo nezájmu by nemusel být naplněn ani pesimistický scénář a v tu chvíli by se studio mohlo začít dostávat do existenčních problémů. V případě nižší poptávky po službách by bylo zapotřebí opět podpořit propagaci, nabídnout věrnostní karty, pořádat slevové akce, popřípadě se zaměřit i na prodej doplňkového zboží.

Do středního pásma spadá potenciální riziko spojené s **nespokojeností zákazníků**. Tento typ rizika je možné velmi rychle podchytit a okamžitě na něj reagovat eliminací vlivů způsobujících nespokojenost. Rychlá reakce vedoucí k odstranění rizika vyplývá z faktu, že masáže bude provádět jedna osoba, majitelka studia. Stejně tak riziko **dopadu konkurenčního tlaku na cenu** by bylo středně závažné, nicméně jeho pravděpodobnost výskytu je poměrně nízká. Jednotlivá konkurenční studia si primárně cenou nekonkurují. Aby tato situace nastala, musel by na trh vstoupit velký konkurent nabízející větší portfolio služeb, prostřednictvím kterého by byl schopen přilákat takové množství zákazníků, aby případně poskytované masérské služby mohl nabízet za mnohem nižší ceny. V takovém případě by bylo nejvhodnější mít již vybudovanou stabilní a spokojenou klientelu. Jde opět o jeden z hlavních cílů, k jehož dosažení celý projekt směřuje již od samého počátku. Pravděpodobnost, že nastane riziko **výpovědi z nájmu** je velmi malá, a to vzhledem k dlouhodobě uzavřené nájemní smlouvě s jasně stanovenými podmínkami. **Zvýšení cen vstupů** je rizikem, se kterým je, zejména v současné době, třeba počítat. Z tohoto důvodu by bylo riziko dopadu poměrně nízké. Je vhodné mít neustálý přehled o nabízených produktech a jejich cenách. Firma může tomuto riziku předcházet postupnou tvorbou finančních rezerv z dosažených čistých příjmů, popřípadě přímo úměrným zvýšením cen za poskytované služby.

### 13 ČASOVÁ ANALÝZA PROJEKTU

Pro zdárné uskutečnění projektu je vhodné vypracovat časový harmonogram s jednotlivými navazujícími činnostmi. Zejména při zakládání masérského studia je časový harmonogram důležitou součástí projektu, který zajišťuje jeho hladký průběh a zejména eliminaci časových prodlev vedoucích ke zpoždění celého projektu. Největší časové ztráty by mohly vzniknout v souvislosti s žádostmi o povolení jednotlivých dotčených orgánů. Proto je důležité s těmito počítat a řádně naplánovat.

Tabulka 43 Časový harmonogram projektu (vlastní zpracování)

Činnost		Termín	Měsíc					
			III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.
1	Vypracování projektu	1. 3. – 31. 3.						
2	Ohlášení živnosti, admin. úkony	1. 4. - 11. 4.						
3	Smlouva o smlouvě budoucí	11. 4. - 11. 4.						
4	Vypracování PBR	11. 4. - 17. 4.						
5	Stanovisko HZS	17. 4. - 16. 5.						
6	Vypracování provozního řádu	17. 4. - 16. 5.						
7	Stanovisko KHS	16. 5. - 16. 6.						
8	Vyjádření stavebního úřadu	16. 6. - 17. 7.						
9	Uzavření nájemní smlouvy	1. 7. - 1. 7.						
10	Vybavení provozovny	1.7. - 1. 8.						
11	Marketing	17. 7. – 1. 8.						
12	Nahlášení provozovny	17. 7. - 17. 7.						
13	Zahájení provozu	1. 8.						

Tabulka 44 Časová osa projektu ve dnech (vlastní zpracování)

Rok 2023										
Činnost	1. 3. - 31. 3.	1. 4.	11. 4.	17. 4.	16. 5.	16. 6.	1. 7.	17.7.	18.8.	1. 8.
1	31									
2		11								
3			1							
4				7						
5					30					
6						30				
7							30			
8								30		
9									1	





Časový harmonogram začíná v březnu vypracováním projektu na založení živnosti v oblasti poskytování masérských služeb. Již v počátku dubna je plánováno ohlášení živnosti na ŽÚ, na které budou následně navazovat další administrativní činnosti spojené s registrací. Na 11. 4. je plánováno sepsání smlouvy o smlouvě budoucí na pronájem prostor určených k podnikání. Na základě smluvních podkladů bude zažádáno o vypracování „Požárně bezpečnostního řešení“ a podána „Žádost o vydání stanoviska“ HZS. Zároveň bude postupně vypracován „Provozní řád“. Ihned po vypracování PBR bude podána na KHS „Žádost o schválení provozního řádu“ a „Žádost o vydání stanoviska“. Po vyjádření HZS a KHS bude osloven stavební úřad s „Žádostí o změně účelu užívání“. Na základě vyjádření stavebního úřadu může být, respektive musí být provozovna nahlášena na živnostenském úřadě a teprve poté může být zahájen provoz masážního studia, který je plánován na 1. srpna 2023. Mezi tím bude sepsána nájemní smlouva a prostor bude postupně vybavován a připravován na provoz. Dva týdny před zahájením provozu bude dle marketingového plánu, podrobněji rozepsáno v kapitole 10.5.4, zahájena propagační činnost s cílem seznámit veřejnost s nově vznikajícím masážním studiem a jeho nabízenými službami.

Nejkritičtějšími úkony v časovém harmonogramu jsou 30-ti denní zákonné lhůty pro vydání jednotlivých stanovisek, kdy špatná návaznost jednotlivých úkonů může způsobit zpoždění celého projektu. Na základě osobní komunikace s pracovníky úřadů bylo zjištěno, že termíny pro schválení a vydání stanovisek mohou být i kratší než lhůty stanovené zákonem, což by mohlo celý projekt urychlit a stanovené datum pro zahájení provozu by bylo dodrženo.

## ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo vypracovat projekt pro založení podnikatelského subjektu poskytujícího služby v oblasti sportovních, rekondičních a regeneračních masáží.

Základem teoretické části bylo zpracování literární rešerše, na základě které byly vymezeny nejdůležitější poznatky vztahující se k oblasti založení podnikatelského subjektu. Byly zde objasněny základní teoretické pojmy z oblasti podnikání a představeny jednotlivé analytické nástroje sloužící k analýze vnějšího i vnitřního prostředí. Nemalý prostor byl věnován i legislativnímu rámci a povinnostem, které z něj vycházejí a jsou pro podnikání v oblasti masérských služeb nezanedbatelné. V rámci teoretické části byl dále přiblížen a podrobněji popsán i marketingový, podnikatelský a finanční plán.

V praktické části byla nejdříve zpracována analýza současného stavu podnikatelského prostředí. Pomocí PEST analýzy bylo zmapováno makroprostředí, v rámci kterého byly vyhodnoceny vlivy sociální, ekonomické, politicko-legislativní a technologické, které na podnik působí zvenčí. Za pomoci Porterova modelu pěti konkurenčních sil bylo zanalyzováno konkurenční prostředí. V rámci tohoto prostředí působí na firmu síly, které mohou být pro nově vznikající subjekt potenciální hrozbou. Jako největší hrozba byla vyhodnocena stávající konkurence a v návaznosti na to vyjednávací síla zákazníků. Tyto hrozby je možné odvrátit množstvím a druhem nabízených služeb, vhodným marketingem a vstřícným a flexibilním přístupem k potenciálním zákazníkům. V rámci analytické části byl proveden i marketingový průzkum trhu, a to formou dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření přineslo velmi užitečné informace, které se společně s předchozími analýzami staly podkladem pro projektové řešení.

Projektová část je tvořena vlastním návrhem na založení masážního studia. V úvodu jsou definovány hlavní cíle projektu a je představen nový podnikatelský subjekt, masážní studio ANICO, které bude poskytovat sportovní, regenerační a rekondiční masáže na základě ohlašovací živnosti vázané. Následně jsou popsány jednotlivé kroky a legislativní úkony související se zřízením provozovny pro účely podnikání v oblasti masážních služeb. Protože se jedná o časově i administrativně poměrně náročnou činnost, je tomuto tématu věnován dostatečný prostor. Uvedené informace byly osobně získány u jednotlivých místně příslušných dotčených orgánů. Následně byl vypracován marketingový plán, jehož součástí bylo detailní rozepsání jednotlivých nabízených služeb společně s cenou za jejich poskytnutí. Dále byly představeny jednotlivé formy propagace, a taky prostory, ve kterých

bude podnikatelská činnost uskutečňována. Nejdůležitější částí v rámci celého projektu, bylo vypracování finančního plánu, na jehož základě je možné zjistit, zda bude plánovaný projekt úspěšný. Nejprve byl vypracován zakladatelský rozpočet, jehož součástí byl výčet veškerých finančních prostředků potřebných pro zahájení podnikání a následné zajištění zdrojů, ze kterých bude financován. Zakladatelský rozpočet navrhovaného projektu byl ve výši 109 314 Kč a tudíž by byl celý financován z vlastních zdrojů. V rámci finančního plánu byly dále zpracovány předpokládané vývoje příjmů a výdajů pro první rok podnikání a dva následující roky. Zahájení provozu je plánováno na 1. 8. 2023, tudíž předpokládané výdaje a tržby prvního roku jsou plánovány za dobu 5 měsíců. Příjmy jsou podrobně rozplánovány a propočítány dle jednotlivých poskytnutých úkonů za měsíc, a následně za rok, a jsou plánovány ve třech variantách, pesimistické, realistické a optimistické, které vycházejí z počtu poskytnutých výkonů. V rámci jednotlivých variant byla dále zjištěna daňová povinnost. Za účelem zjištění daňové povinnosti byly využity výdaje uplatněné paušálem. Čistý příjem z podnikání zjištěný po odečtení daňových povinností měl v jednotlivých letech a variantách vždy rostoucí tendenci. V literatuře se uvádí, že v rámci plánování jednotlivých finančních scénářů, je vhodnější v počátcích podnikání počítat spíše s pesimistickou variantou. Čistý příjem pesimistické varianty prvního roku byl v kladných hodnotách a činil 22 796 Kč. I když zjištěná hodnota pro zajištění stabilního příjmu není zatím příliš vysoká, je potřeba konstatovat, že prvních pět měsíců podnikání by dokázalo pokrýt veškeré, a to i zřizovací výdaje. V dalších letech je čistý příjem za rok již ve výši 371 024 Kč. V rámci jednotlivých scénářů a let je vždy patrný progres.

V rámci finančního plánu byl propočítán i bod zvratu, jehož výsledkem jsou čtyři poskytnuté služby za den, v průměrné ceně 444 Kč, které je třeba poskytnout, aby studio pokrylo veškeré výdaje a nedostalo se do ztráty.

Jako součást projektu byla vypracována i SWOT analýza se zaměřením na zhodnocení silných a slabých stránek firmy a s upozorněním na potenciální příležitosti a hrozby. Nejsilnější stránkou a zároveň příležitostí, která by mohla potlačit případné hrozby, se jeví poskytování sportovních masáží a navázání spolupráce se sportovními kluby.

V závěru projektové práce byla zpracována riziková a časová analýza. V rámci rizikové analýzy byla identifikována a vyhodnocena nejzávažnější rizika, která by mohla ohrozit průběh celého projektu. U těchto rizik byla následně navržena opatření k jejich eliminaci. V rámci časové analýzy byl vytvořen časový harmonogram jednotlivých úkonů. Jako nejkritičtější byly vyhodnoceny kroky v oblasti vyřizování a poskytnutí vyjádření dotčených

orgánů. Tyto by mohly celý projekt prodloužit, ale taky uspíšit, pokud by orgány vydaly povolení dříve, než jim umožňuje zákonná lhůta.

Závěrem lze říct, že realizace projektu na založení subjektu poskytujícího služby v oblasti masáží, má šanci být úspěšná. Z analýz je patrné, že nové masážní studio může najít uplatnění na stávajícím trhu. Je ovšem podstatné zaměřit se zejména na zákazníka a využít konkurenční výhodu v oblasti nabízených služeb. Plánem nastavené a klienty akceptované ceny mají potenciál přispívat k naplnění jednoho z dlouhodobých cílů projektu, tedy dosahování stabilního zisku.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

Baňkování, © 2023. *Profyz.cz* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.profyz.cz/bankovani/>

BARTŮŠKOVÁ, Bc. Zuzana, 2021. Rozdíl mezi paušálem a skutečnými náklady. *Portal.pohoda.cz* [online]. [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/pro-podnikatele/jak-zacit-podnikat/ucetnictvi-danova-evidence-pausal/rozdil-mezi-pausalem-a-skutecnymi-naklady/>

BLACKWELL, Edward, 2017. *How to prepare a business plan: your guide to creating an excellent strategy, forecasting your finances and producing a persuasive plan*. 6th edition. London: Kogan Page, iv, 217 s. Business success. ISBN 9780749481100.

COLWELL, Ken, 2019. *Starting a business quickstart guide: the simplified beginner's guide to launching a successful small business, turning your vision into reality and achieving your entrepreneurial dream*. Albany, NY: ClydeBank Business, viii, 274 s. ISBN 978-1-945051-82-1

CZ-NACE - Klasifikace ekonomických činností, © 2023. *Esipa* [online]. [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: [https://esipa.cz/sbirka/sbsrv.dll/sezn?DR=NR&SORT=CP&ROK=0&NR=CZNACE\\_S1](https://esipa.cz/sbirka/sbsrv.dll/sezn?DR=NR&SORT=CP&ROK=0&NR=CZNACE_S1)

ČERNÁ, Stanislava et al., 2016. *Obchodní právo: podnikatel, podnikání, závazky s účastí podnikatele*. Praha: Wolters Kluwer, 736 s. ISBN 978-807-5523-334.

Česká republika má nového prezidenta. Petr Pavel se ujal úřadu, 2023. *Vlada.cz* [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/ceska-republika-ma-noveho-prezidenta--petr-pavel-se-ujal-uradu-203650/>

ČESKO, 1991a. Zákon č. 563/1991 Sb. Zákon o účetnictví. In: *Sbírka zákonů České republiky*.

ČESKO, 1991b. Zákon č. 455/1991 Sb. Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*.

ČESKO, 1992. Zákon č. 586/1992 Sb. Zákon České národní rady o daních z příjmů. In: *Sbírka zákonů České republiky*.

ČESKO, 2000. Zákon č. 258/2000 Sb. Zákon o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*.

ČESKO, 2008. Nařízení vlády č. 278/2008 Sb. Nařízení vlády o obsahových náplních jednotlivých živností. In: *Sbírka zákonů České republiky*.

ČESKO, 2009. Zákon č. 40/2009 Sb. Zákon trestní zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*.

ČESKO, 2012a. Zákon č. 89/2012 Sb. Zákon občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. – zkontroluj jestli máš v textu

ČESKO, 2012b. Zákon č. 90/2012 Sb. Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích). In: *Sbírka zákonů České republiky*.

DIB, Allan, 2018. *The 1-page marketing plan: get new customers, make more money and stand out from the crowd*. Miami: Successwise, 228 s. ISBN 9781989025017.

DRURY, Colin, 2021. *Management and cost accounting*. Eleventh edition. Australia: Cengage, 876 s. ISBN 978-1-4737-7361-5. 33-36

DUŠEK, Jiří, 2021. *Daňová evidence podnikatelů 2021*. Grada, 1 online zdroj (152 stran). ISBN 978-80-271-3106-8. Dostupné také z:

<https://www.bookport.cz/AccountSamI/SignIn/?idp=https://shibboleth.utb.cz/idp/shibboleth&returnUrl=/kniha/danova-evidence-podnikatelu-2021-7798/>

DVORSKÝ, Ondřej, © 2023. BREUSSOVA MASÁŽ. *Masaze-dvorsky.cz* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://masaze-dvorsky.cz/breussova-masaz/>

DVORSKÝ, Ondřej, © 2023. LYMFATICKÉ MASÁŽE. *Masaze-dvorsky.cz* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://masaze-dvorsky.cz/clanky/lymfaticke-masaze/>

FORET, Miroslav a Dávid MELAS, 2021. *Marketingový výzkum v udržitelném marketingovém managementu*. Praha: Grada, 168 s. ISBN 978-802-7117-239.

Formuláře, © 2023. *Khszlin* [online]. [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://www.khszlin.cz/ke-stazeni/>

HANSGUT, PH.D., PaedDr. Vladimír a MUDr. Kateřina KAPOUNKOVÁ, © 2009. Sportovní masáž. *Is.muni.cz* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/elportal/estud/fsps/ps09/masaz/web/pages/sportovni-masaz.html>

HDP 2023, vývoj hdp v ČR, 2023. *Kurzycz* [online]. [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/>

HOLUBEC, JUDr. Luděk, 2017. Průvodce živnostenským podnikáním pro české fyzické osoby. In: *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/pruvodce-zivnostenskym-podnikanim/2017/4/FO-se-sidlem-v-CR---vazana-2017-04-28.pdf>

Charakteristika okresu Uherské Hradiště, 2023. In.: *CZSO* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xz/charakteristika\\_okresu\\_uherske\\_hradiste](https://www.czso.cz/csu/xz/charakteristika_okresu_uherske_hradiste)

Indexy spotřebitelských cen - inflace - leden 2023: Cenová hladina vzrostla oproti prosinci o 6 %, meziročně vzrostly spotřebitelské ceny o 17,5 %, 2023. *Kurzycz* [online]. [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/697419-indexy-spotrebitelskych-cen-inflace-leden-2023-cenova-hladina-vzrostla-oproti-prosinci-o-6/>

Inflace - druhy, definice, tabulky, 2023. In: *Czso* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/132433649/Inflace\\_2000\\_2022.pdf](https://www.czso.cz/documents/10180/132433649/Inflace_2000_2022.pdf)

Inzerce v novinách, © 2023. *Idobryden* [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.idobryden.cz/inzerce/inzerce-v-novinach/>

Jak funguje tejpování a účinky tejpování, © 2020. *Gemmedical.cz* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://gemmedical.cz/content/8-jak-funguje-tejpovani-a-ucinky-tejpovani>

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2013. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 362 s. Expert. ISBN 9788024746708.

Jaký je minimální vyměřovací základ? © 2023. *Vzp.cz* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.vzp.cz/platci/informace/osvc/vymerovaci-zaklad-a-vypocet-pojistneho/jaky-je-minimalni-vymerovaci-zaklad>

JAUHARI, Vinnie a Kirti DUTTA, 2017. *Services marketing: text and cases*. Second edition. New Delhi: Oxford University Press, xx, 578 s. ISBN 9780199456161

KARLÍČEK, Miroslav, 2018. *Základy marketingu: 2., přepracované a rozšířené vydání*. Grada, 1 online zdroj (288 stran). ISBN 978-80-247-5869-5. Dostupné také z: <https://www.bookport.cz/AccountSamI/SignIn/?idp=https://shibboleth.utb.cz/idp/shibboleth&returnUrl=/kniha/zaklady-marketingu-4400/>

KERMALLY, Sultan, 2006. *Největší představitelé marketingu: jejich hlavní myšlenky, názory a díla: [Peter Drucker, Michael Porter, Tom Peters, Igor Ansoff, Theodore Levitt, Philip Kotler a další]*. Vyd. 2. Brno: Computer Press, xii, 104 s. ISBN 8025110133.

KEŘKOVSKÝ, Miloslav a Petr NOVÁK, 2015. *Finanční strategie: krok za krokem*. V Praze: C.H. Beck, 204 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 9788074005626.

Klasická masáž – popis a účinky, 2015. *Rehabilitace.info* [online]. [cit. 2023-03-21].

Dostupné z: <https://www.rehabilitace.info/masaze-2/klasicka-masaz-popis-a-ucinky/>

Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE), 2020. *BusinessInfo* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/klasifikace-ekonomickyh-cinnost-cz-nace/>

KNÁPKOVÁ, Adriana et al., 2017. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady*. 3., kompletně aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 232 s. Prosperita firmy. ISBN 978-802-7105-632.

KOVANDA, Ph.D., Lukáš, 2023. Zvýšení DPH na 23 procent? Když už vláda musí zvyšovat daně, necht' zví, že sociálně citlivější, méně inflační a rozpočtově výnosnější je zvýšení daně z příjmů zaměstnanců. *Kurzy.cz* [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/705207-zvyseni-dph-na-23-procent-kdyz-uz-vlada-musi-zvysovat-dane-necht-zvi-ze-socialne-citlivejsi/>

MAGRETTA, Joan, 2012. *Michael Porter jasně a srozumitelně: o konkurenci a strategii*. Praha: Management Press. Knihovna světového managementu. 231 s. ISBN 978-807-2612-512.

MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA, 2019. *Úvod do podnikové ekonomiky*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 220 s. Expert. ISBN 978-80-271-2034-5.

Nejčastější dotazy týkající se schválení provozovny osobních služeb Hygienickou stanicí, © 2018. *Můj profesionální salon* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z:

<https://mujprofesionalnison.cz/nejcastejsi-dotazy-tykajici-se-schvaleni-provozovny-osobnich-sluzeb-hygienickou-stanici/>

Novelizace vyhlášky č. 503/2006 Sb., © 2023. *Mmr.cz* [online]. [cit. 2023-03-20].

Dostupné z: [https://www.mmr.cz/getmedia/bd39772f-5b52-42e7-805d-72c85250dbb5/ZADOST-O-VYDANI-ROZHODNUTI-O-ZMENE-VLIVU-UZIVANI-STAVBY-NA-UZEMI\\_1.pdf.aspx?ext=.pdf](https://www.mmr.cz/getmedia/bd39772f-5b52-42e7-805d-72c85250dbb5/ZADOST-O-VYDANI-ROZHODNUTI-O-ZMENE-VLIVU-UZIVANI-STAVBY-NA-UZEMI_1.pdf.aspx?ext=.pdf)

NOVOTNÝ, Pavel, 2022. *Účetnictví pro úplné začátečníky 2022*. Grada, 1 online zdroj (216 stran). ISBN 978-80-271-3597-4. Dostupné také z:

<https://www.bookport.cz/AccountSaml/SignIn/?idp=https://shibboleth.utb.cz/idp/shibboleth&returnUrl=/kniha/ucetnictvi-pro-uplne-zacatecniky-2022-10672/>



- Obchodní rejstřík vyhledávání v obchodním rejstříku, © 2018. *Justice.cz* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://www.justice-obchodni-rejstrik.cz/>
- OSVČ, © 2023. *Česká správa sociálního zabezpečení* [online]. [cit. 2023-02-22]. Dostupné z: <https://www.cssz.cz/web/cz/osvc-snadne-a-prehledne>
- Paušální daň, 2023. *Finanční správa* [online]. [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: <https://www.financnisprava.cz/cs/dane/dane/dan-z-prijmu/pausalni-dan/obecne-informace>
- Podíl nezaměstnaných osob, 2023. In: *MPSV* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/casove-rady-mn-a-pno>
- POČET OBYVATEL OBCE UHERSKÉ HRADIŠTĚ, 2023. *Mistopisy.cz* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/7201/uherske-hradiste/pocet-obyvatel/>
- POPESKO, Boris a Šárka PAPADAKI, 2016. *Moderní metody řízení nákladů: jak dosáhnout efektivního vynakládání nákladů a jejich snížení. 2.*, aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 263 s. Prosperita firmy. ISBN 9788024757735.
- Požární prevence, © 2023. *Hzscr* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.hzscr.cz/clanek/hzs-zlinskeho-kraje-menu-pozarni-prevence-ke-stazeni-ke-stazeni.aspx>
- Průměrná mzda – vývoj průměrné mzdy, 2023, 2023. *Kurzy.cz* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/makroekonomika/mzdy/>
- Průměrná mzda, 2023. *Kurzy.cz* [online]. [cit. 2023-03-31]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/701272-prumerna-mzda-cinila-43-412-kc-mezirocne-vzrostla-o-7-9--realne-klesla-o-6-7--median-mezd/>
- SEDMÍK, Jan, 2015. *Velká kniha masáží*. Praha: NS Svoboda, 363 s. ISBN 978-802-0506-351.
- SINAMBELA, Ella Anastasya a Mohammad DJAELANI, 2022. Cost Behavior Analysis and Categorization. In: *Journal of Social Science Studies (JOS3)* [online]. **2**(1), s. 13-16 [cit. 2023-02-22]. ISSN 2798-8619. Dostupné z: doi:10.56348/jos3.v2i1.18
- SRPOVÁ, Jitka, 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 194 s. Expert. ISBN 9788024741031.
- SVOBODA, Jakub, 2023. Odvody OSVČ se zvýší, ve stáří jim hrozí život na dávkách. *Novinky.cz* [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/finance-odvody-osvc-se-zvysi-ve-stari-jim-hrozi-zivot-na-davkach-40426947>

SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA, 2017. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada, 227 s. ISBN 978-80-271-2182-3.

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

ŠVIHEL, Petr, 2023. Přehledně: Jak se vám od června změnil důchod. Pavel změnu podepsal. *seznamzpravy.cz* [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z:

<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-prehledne-jak-se-vam-od-cervna-zmeni-duchod-pavel-zmenu-podepsal-227777>

TESAŘ, Vlastimil, 2015. *Lymfatické masáže: manuální lymfodrenáž celého těla*. Praha: Grada, 96 s. ISBN 978-802-4754-567.

Uherské Hradiště, © 2023. *Risy.cz* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z:

<https://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/592005-uherske-hradiste>

USNESENÍ předsednictva České národní rady ze dne 16. prosince 1992 o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součásti ústavního pořádku České republiky.: Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb. a ústavního zákona č. 295/2021 Sb., 1992. *Poslanecká sněmovna parlamentu České republiky* [online]. Česko [cit. 2023-02-22]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>

Vláda schválila aktualizaci svého programového prohlášení, navrhla i úpravy krizové legislativy, 2023. *Vlada.cz* [online]. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/vlada-schvalila-aktualizaci-sveho-programoveho-prohlaseni--navrhla-i-upravy-krizove-legislativy-203379/>

Zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za škodu při pracovním úrazu nebo z nemoci z povolání, 2023. *Ministerstvo financí České republiky* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/soukromy-sektor/pojistovnictvi/zakonne-pojisteni-odpovednosti-zamestnav>

Zálohy na pojistné na důchodové pojištění, © 2023. *Cssz.cz* [online]. [cit. 2023-03-21].

Dostupné z: <https://www.cssz.cz/web/cz/zalohy-na-pojistne-na-duchodove-pojisteni>

Živnostenský rejstřík, 2017. *Ministerstvo obchodu a průmyslu* [online]. [cit. 2023-02-22].

Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/zivnostensky-rejstrik/zivnostensky-rejstrik--227173/>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

aj.	a jiné
atd.	a tak dále
a.s.	akciová společnost
Czech Point	Český podací ověřovací informační národní terminál
č.	číslo
čl.	článek
DPH	daň z přidané hodnoty
DK	dolní končetiny
FO	fyzická osoba
FÚ	finanční úřad
HZS	Hasičský záchranný sbor
JRF	Jednotný registrační formulář
KHS	Krajská hygienická stanice
KÚ	Katastrální úřad
měs.	měsíční
mil.	milion
min.	minimální
např.	na příklad
NP	nadzemní podlaží
odst.	odstavec
OM	obchodní majetek
OSSZ	Okresní správa sociálního zabezpečení
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
PBŘ	požárně bezpečnostní řešení
PO	právnícká osoba

---

pohot.	pohotovostní
SP	sociální pojištění
SZP	sociální a zdravotní pojištění
tr.	trestní
tzv.	tak zvané
UH	Uherské Hradiště
v.o.s.	veřejná obchodní společnost
VZ	vyměřovací základ
ZD	základ daně
ZP	zdravotní pojištění, pojišťovna
ŽL	živnostenský list
ŽÚ	Živnostenský úřad

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1 Vývoj počtu obyvatel v UH (vlastní zpracování dle zdroje: Počet obyvatel obce Uherské Hradiště, 2023) .....	38
Obrázek 2 Poměr obyvatel v UH (vlastní zpracování dle zdroje: Uherské Hradiště, © 2023) .....	38
Obrázek 3 Věkové složení obyvatel v UH, (vlastní zpracování dle zdroje: Uherské Hradiště, © 2023) .....	39
Obrázek 4 Vývoj průměrné mzdy (vlastní zpracování dle zdroje: Průměrná mzda – vývoj průměrné mzdy, 2023) .....	39
Obrázek 5 Průměrná roční míra inflace (vlastní zpracování dle zdroje: Inflace – druhy, definice, tabulky, 2023) .....	42
Obrázek 6 Míra nezaměstnanosti (vlastní zpracování dle zdroje: Podíl nezaměstnaných osob, 2023) .....	43
Obrázek 7 Rozdělení respondentů dle pohlaví (vlastní zpracování) .....	47
Obrázek 8 Věkové složení respondentů (vlastní zpracování) .....	47
Obrázek 9 Vzdálenost v km od UH (vlastní zpracování) .....	48
Obrázek 10 Četnost návštěv (vlastní zpracování) .....	49
Obrázek 11 Preference typu masáže (vlastní zpracování) .....	49
Obrázek 12 Druhy masáží (vlastní zpracování) .....	50
Obrázek 13 Zdroje informací (vlastní zpracování) .....	52
Obrázek 14 Důvody vedoucí k nevyužívání služeb (vlastní zpracování) .....	52
Obrázek 15 Spokojenost s nabízenými službami (vlastní zpracování) .....	53

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 Vývoj HDP (vlastní zpracování dle zdroje: HDP 2023, vývoj hdp v ČR, 2023)	42
Tabulka 2 Míra nezaměstnanosti (vlastní zpracování dle zdroje: Podíl nezaměstnaných osob, 2023)	43
Tabulka 3 Věk respondentů (vlastní zpracování)	48
Tabulka 4 Cenové rozpětí za regenerační masáž (vlastní zpracování)	50
Tabulka 5 Časy objednání (vlastní zpracování)	51
Tabulka 6 Provozní doba (vlastní zpracování)	60
Tabulka 7 Cena za poskytnuté služby (vlastní zpracování)	64
Tabulka 8 Náklady na reklamu (vlastní zpracování)	66
Tabulka 9 Zřizovací výdaje (vlastní zpracování)	68
Tabulka 10 Výdaje vynaložené na vybavení studia (vlastní zpracování)	68
Tabulka 11 Výdaje vynaložené na absolvování kurzů (vlastní zpracování)	69
Tabulka 12 Celkové výdaje na zahájení podnikání (vlastní zpracování)	69
Tabulka 13 Předpokládané výdaje (vlastní zpracování)	71
Tabulka 14 Rozpis spotřebních výdajů (vlastní zpracování)	72
Tabulka 15 Scénář předpokládaného vývoje příjmů – pesimistická varianta (vlastní zpracování)	73
Tabulka 16 Scénář předpokládaného vývoje příjmů – realistická varianta (vlastní zpracování)	73
Tabulka 17 Scénář předpokládaného vývoje příjmů – optimistická varianta (vlastní zpracování)	74
Tabulka 18 Pesimistický scénář předpokládaného vývoje tržeb ve 2. a 3. roce (vlastní zpracování)	74
Tabulka 19 Realistický scénář předpokládaného vývoje tržeb ve 2. a 3. roce (vlastní zpracování)	75
Tabulka 20 Optimistický scénář předpokládaného vývoje tržeb ve 2. a 3. roce (vlastní zpracování)	75
Tabulka 21 Plánované počty prodaných služeb za rok (vlastní zpracování)	76
Tabulka 22 Plánované prodeje služeb za rok – tržby v Kč (vlastní zpracování)	76
Tabulka 23 Zjištění daňové povinnosti při uplatnění skutečných výdajů – realistická varianta (vlastní zpracování)	77
Tabulka 24 Zjištění daňové povinnosti při uplatnění paušálních výdajů – realistická varianta (vlastní zpracování)	78
Tabulka 25 Zjištění daňové povinnosti při uplatnění paušálních výdajů – pesimistická varianta (vlastní zpracování)	79
Tabulka 26 Zjištění daňové povinnosti při uplatnění paušálních výdajů – optimistická varianta (vlastní zpracování)	79

Tabulka 27 Vyúčtování záloh na sociální pojistné – realistická varianta (vlastní zpracování) .....	80
Tabulka 28 Vyúčtování záloh na SP pesimistická/optimistická varianta (vlastní zpracování) .....	81
Tabulka 29 Vyúčtování záloh na zdravotní pojistné – realistická varianta (vlastní zpracování) .....	81
Tabulka 30 Vyúčtování záloh na ZP pesimistická/optimistická varianta (vlastní zpracování) .....	82
Tabulka 31 Výpočet čistého ročního příjmu – realistická varianta (vlastní zpracování) ....	83
Tabulka 32 Výpočet čistého ročního příjmu pesimistická/optimistická varianta (vlastní zpracování).....	83
Tabulka 33 Identifikace nákladů (vlastní zpracování).....	84
Tabulka 34 Návrh investice (vlastní zpracování).....	85
Tabulka 35 Přehled příjmů (vlastní zpracování).....	86
Tabulka 36 Splátka investice (vlastní zpracování) .....	86
Tabulka 37 Zjištění daňové povinnosti – alternativní řešení (vlastní zpracování) .....	87
Tabulka 38 Výpočet čistého příjmu – alternativní řešení (vlastní zpracování) .....	88
Tabulka 39 Matice SWOT analýzy (vlastní zpracování).....	89
Tabulka 40 Hodnocení dopadu rizik (vlastní zpracování dle zdroje: Srpová, 2011, s. 214) .....	93
Tabulka 41 Vyhodnocení pravděpodobnosti a dopadu rizik (vlastní zpracování) .....	93
Tabulka 42 Matice rizik (vlastní zpracování) .....	94
Tabulka 43 Časový harmonogram projektu (vlastní zpracování).....	96
Tabulka 44 Časová osa projektu ve dnech (vlastní zpracování).....	96

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: EMAILOVÁ KORESPONDENCE

Příloha P II: DOTAZNÍK

Příloha P III: VZOROVÝ PROVOZNÍ ŘÁD

Příloha P IV: PLÁN PROVOZOVNY

Příloha P V: KALKULACE NÁJEMNÉHO



# PŘÍLOHA P I: EMAILOVÁ KORESPONDENCE



Městský úřad Uherské Hradiště  
Právní odbor

Váš dopis zn.:  
Ze dne: 05.03.2023  
Naše č. j.: MUIUH-PO/25225/2023/MazN  
Spisová zn.: Spis/ 438/2023  
Počet listů/příloh: 1/0  
Vyřizuje: JUDr. Nikola Mazáčová  
Telefon: 572525310  
E-mail: Nikola.Mazacova@mesto-uh.cz  
Datum: 10.03.2023



**Poskytnutí informací dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, v platném znění**



k níže uvedeným dotazům obsaženým ve Vaší žádosti o informace ze dne 05.03.2023 Vám sděluji následující:

- 1) Počet aktivních živnostenských oprávnění, k datu 5. 3. 2023, udělených pro obor *Masérské, rekondiční a regenerační služby* dle přílohy č. 2 nařízení vlády č. 278/2008 Sb., které byly uděleny osobám se sídlem ve městě Uherském Hradišti.**

Celkový počet aktivních živnostenských oprávnění udělených pro vázanou živnost „Masérské, rekondiční a regenerační služby“, které byly uděleny osobám se sídlem v Uherském Hradišti, je 103. Ve správním obvodu je aktivních ŽO pro vázanou živnost „Masérské, rekondiční a regenerační služby“ celkem 328.

- 2) Počet živnostenských oprávnění dle bodu 1 této žádosti udělených v letech 2020, 2021, 2022.**

2020 – 3  
2021 – 4  
2022 – 8.

S pozdravem

Mgr. Josef Botek  
tajemník úřadu

# PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍK

## Dotazníkové šetření

Vážení klienti,

jmenuji se Soňa Hložánková a jsem studentkou Fakulty managementu a ekonomiky při UTB ve Zlíně.

Chtěla bych Vás požádat o vyplnění následujícího dotazníku. Vámi uvedené odpovědi budou sloužit jako součást průzkumu zaměřeného na oblast poskytování masérských služeb v Uherském Hradišti. Veškeré údaje jsou anonymní a budou sloužit pouze pro vypracování mé diplomové práce. Vyplnění dotazníku Vám nezabere víc jak 5 minut.

Předem Vám děkuji za čas a ochotu věnovanou vyplnění dotazníku.

**1. Pohlaví:**

- Muž  
 Žena

**2. Věk:** \_\_\_\_\_

**3. Dojezdová vzdálenost z místa bydliště do Uherského Hradiště:**

- Jsem z UH  
 Do 10 km  
 10–20 km  
 Více jak 20 km

**4. Jak často využíváte masérských služeb:**

- 1 x týdně  
 1 x za dva týdny  
 1 x měsíčně  
 Nepravdělně

**5. Jaký typ masáže nejčastěji využíváte:**

- Klasická masáž  
 Lymfatická masáž  
 Anticelulitidní masáž  
 Baňkování  
 Masáž lávovými kameny  
 Dornova metoda (slouží ke korekci nevyrovnanosti páteře a dalších kloubů)  
 Breussova metoda (regenerace meziobratlových plotének)  
 Reflexní masáž  
 Medová masáž  
 Čokoládová masáž  
 Havajská masáž (napomáhá snížit duševní i fyzické bolesti)  
 Thajská masáž (odstraňuje blokády a stimuluje tok krve a lymfy)  
 Sportovní masáž

**6. Kterou z výše uvedených masáží byste rádi vyzkoušeli (max 3):**

\_\_\_\_\_

**7. Jaká je přijatelná částka za klasickou hodinovou (60 minut) regenerační masáž zad a šíje:**

- 550–650 Kč  
 651–750 Kč  
 751 Kč a více

8. V jakou dobu se na masáž nejčastěji objednáváte:

- 8–10 hod
- 10–12 hod
- 12–14 hod
- 14–16 hod
- 16–18 hod
- Později

9. Jakým způsobem jste se dozvěděl(a) o masážním studiu, ve kterém se nacházíte:

- Na doporučení
- Z webových stránek
- Jiným způsobem: \_\_\_\_\_

10. Co nejvíce ovlivňuje Váš zájem o masáž a to, jak často na ni chodíte:

- Cena za masáž
- Nedostatek času
- Zdravotní indispozice
- Negativní zkušenosti s masáží (popřípadě jaké): \_\_\_\_\_
- Jiné: \_\_\_\_\_

11. Jste spokojen(a) s nabízenými masážními službami v Uh. Hradišti:

- Ano
- Ne, protože: \_\_\_\_\_

Děkuji za vyplnění

## **PŘÍLOHA P III: VZOROVÝ PROVOZNÍ ŘÁD**

### **PROVOZNÍ ŘÁD**

#### **Provozovny masérských, rekondičních a regeneračních služeb**

#### **Masáže ANICO**

##### **Základní údaje:**

Místo podnikání: Města Mayen 1536, 686 01 Uherské Hradiště

IČO: 12345678

Předmět podnikání: Masérské, rekondiční a regenerační služby

Provozovatel: Bc. Soňa Hložánková

Telefon: 603 603 603

e-mail.: [masaze-anico@email.cz](mailto:masaze-anico@email.cz)

web: [www.masaze-anico.cz](http://www.masaze-anico.cz)

##### **Oprávnění pro výkon činnosti**

- Rekvalifikační kurz masér pro sportovní, rekondiční a regenerační masáže, absolvovaný ve vzdělávacím zařízení INSPAV, Uherské Hradiště. Kurz byl zakončen závěrečnou zkouškou akreditovanou MŠMT v květnu 2017
- Kurz baňkování, manuální lymfodrenáže, Breussovovy masáže, tejpování absolvovaný ve vzdělávacím zařízení INSPAV, Uherské Hradiště. Kurzy byly zakončeny závěrečnou zkouškou v průběhu roku 2017
- Platný zdravotní průkaz vydaný v září 2015 na neurčito

##### **Rozsah poskytovaných služeb**

Různé druhy tělových masáží

- Regenerační, relaxační, sportovní
- Baňkování
- Breussovava
- Lymfodrenáže
- Ošetření celulitidy
- Kineziotaiping

Služby jsou nejčastěji poskytovány ve dnech pondělí–pátek od 9.00 – 17.00, na základě telefonické nebo emailové objednávky. Na provozovně se nachází pouze jeden pracovník. V případě nepřítomnosti (nemoc, dovolená) bude tato informace vyvěšena na dveřích provozovny a zveřejněna na internetových a facebookových stránkách provozovatele.

### **Základní údaje o provozovně**

Provozovna je umístěna v nově zrekonstruované budově společnosti MARLIN, s.r.o., v 1. patře s výtahem a bezbariérovým vstupem přímo z ulice. Provozovna je tvořena hlavní místností, která je rozdělena na část masérny a část čekárny. Hygienické zázemí tvořené sprchou s toaletami se nachází ve vedlejší místnosti.

Hlavní prostor je tvořeno PVC omyvatelnou podlahou, stěny jsou vymalovány bílou omyvatelnou barvou. Prostor čekárny a masérny je oddělen paravánem.

Čekárna je vybavena nábytkem pro odkládání obuvi a kabátu klienta, které si odloží ihned po příchodu. Zbytek oděvu si klient odloží v masérně na předem určené místo. Čekárna slouží i jako odpočinkové místo pro klienta. Je zde křesílko s malým stolem a k dispozici je 0,3 l balená voda. Součástí čekárny jsou i šatní skříně jedna pro civilní oblečení maséra, druhá pro úklidové prostředky.

V masérně se nachází masérské lehátko, židle s odkládací plochou pro odložení osobních potřeb a oblečení klienta. V masérně se nachází skříň a komoda pro uložení jednorázových utěrek, prostěradel, ručníků a masážních potřeb. Dále je zde uzavíratelný koš na špinavé prádlo a koš na komunální odpad.

Prostor provozovny je osvětlen přirozeným světlem proudícím z okna a umělým stropním svítidlem. K dispozici jsou i menší zdroje světla. Místnost je větrána oknem, které je vybaveno stínícím prvkem a vytápěna ústředním topením.

### **Speciální přístroje**

Při poskytování masážních služeb se nepoužívají žádné speciální přístroje. Masáž je prováděna pouze ručně, za použití masážních přípravků, popřípadě skleněných baněk. U masážních prostředků se sleduje doba jejich expirace.

### **Zásady hygieny**

Masér si vždy před zahájením masáže umyje ruce teplou vodou a antibakteriálním mýdlem. Popřípadě si následně ruce ještě ošetří dezinfekčním prostředkem. Po umytí rukou se k osušení používá zásadně jednorázová papírová utěrka. Tento postup zopakuje i po

ukončení masáže, popřípadě při jakémkoliv znečištění. Masér má vždy čistý pracovní oděv a obuv, který nosí po celou pracovní dobu. V případě jeho znečištění je okamžitě vyměněn. Použitý pracovní oděv se ukládá na určené místo, které je oddělené od civilního oděvu. V pracovním oděvu nesmí opustit provozovnu.

Masážní stůl je po a před každým použitím ošetřen dezinfekčním přípravkem na povrchy (Savo, Mikasept gel, Sanytol) a pro každého klienta je použita nová, čistá, jednorázová podložka z netkané textilie a čistý froté ručník. Po ukončení masáže je přebytek použitého masážního přípravku setřen z kůže klienta jednorázovou papírovou utěrkou. Tato je následně, společně s použitou podložkou, vyhozena do speciální nádoby na odpad opatřené igelitovým pytlíkem. Igelitové pytle se vynášejí každý den do komunálního odpadu. Ručníky a jiné prádlo se po ukončení masáže ukládají do zvláštního prádelního koše opatřeného uzavíratelným igelitovým obalem, který se denně odnáší. Praní a žehlení použitého prádla provádí provozovatel doma, odděleně od soukromého prádla v rámci samotného pracovního cyklu na 60°C. Čisté prádlo se následně přinese zabalené v jednorázovém igelitovém obalu. Sanitace provozní místnosti se provádí denně. Podlahy se stírají na vlhko za použití dezinfekčního prostředku (Savo, Desam GK, Sanytol) vždy podle potřeby, plochy se stírají minimálně jednou denně a pracovní plochy masážního lehátka se dezinfikují po každém úkonu.

Malování provozovny se provádí minimálně 1 x za 2 roky, v případě znečištění ihned.

### **Prevence vzniku infekčních a jiných onemocnění**

V případě použití pomůcek je třeba vždy, po každém zákazníkovi, provést jejich řádné mechanické očištění. Dále musí být omyty horkou vodou se saponátem, osušeny, dezinfikovány (Savo, Sanytol, Mikasept gel) a ještě jednou opláchnuty pitnou vodou. V případě kontaktu a kontaminace s biologickým materiálem (krví...) je nutná dezinfekce zasaženého místa dezinfekčním přípravkem s virocidním účinkem a následná očista kontaminované pokožky. Výkony se neprovádí na nemocné kůži, je zakázána manipulace s jizvami a mateřskými znaménky. Pracovní pomůcky, které by mohly narušit integritu kůže, musí být sterilní.

### **Ostatní**

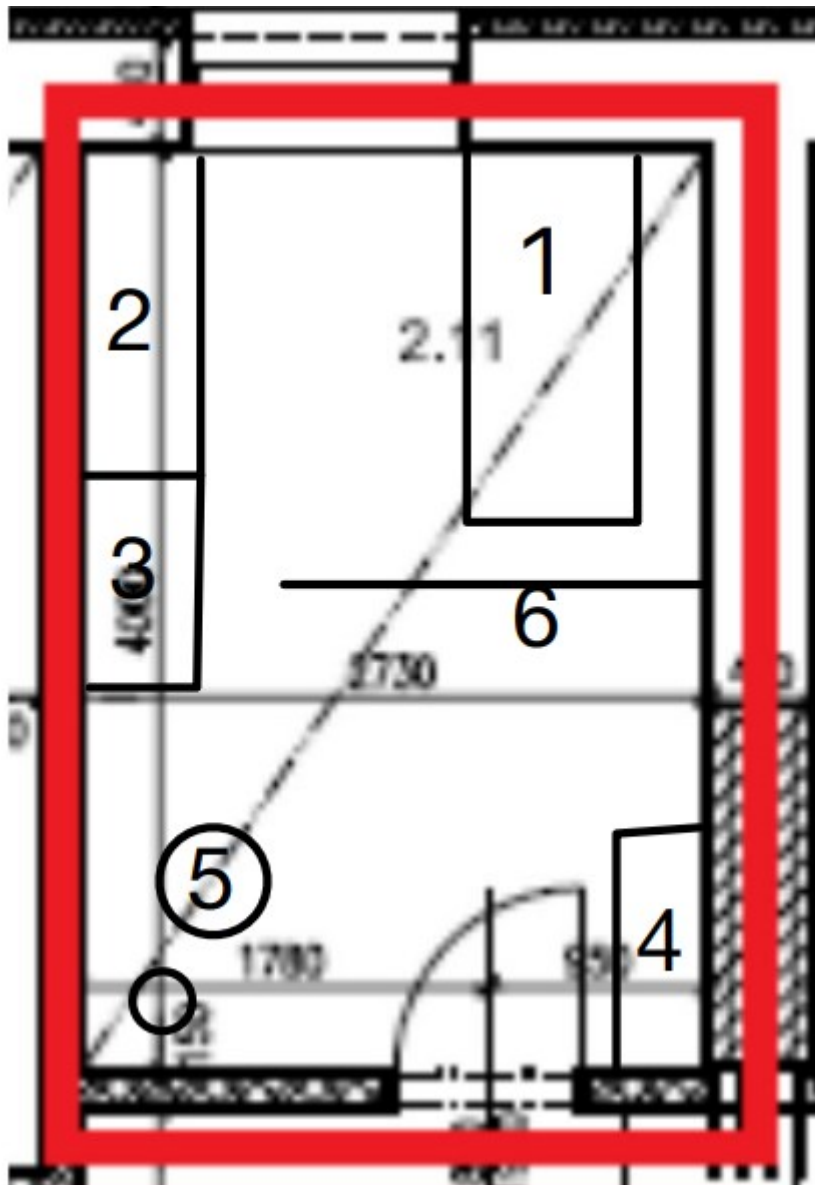
- V provozovně se nesmí konzumovat jídlo a je zde zákaz kouření a požívání omamných látek.

- Jsou dodržovány zásady ochrany zdraví a bezpečnosti práce a jsou používány ochranné pomůcky.
- Zákaz vstupu zvířat do provozovny s výjimkou vodících psů.
- V provozovně je k dispozici lékárnička první pomoci splňující požadavky na standardní vybavení.

Provozní řád vypracoval: Bc. Soňa Hložánková

V Uherském Hradišti, dne: .....

## PŘÍLOHA P IV: PLÁN PROVOZOVNY



Legenda:

1. Masážní stůl
2. Úložný prostor na čisté ručníky a prostěradla
3. Úložný prostor na masážní prostředky
4. Úložný prostor s umyvadlem a odkládací prostor na oděvy
5. Stůl s křesílkem
6. Paraván



## PŘÍLOHA P V: KALKULACE NÁJEMNÉHO

Objekt	Jednotka			Nájem		Kauce	
	Jednotka č.	Podlaží	Typ jednotky	Užitná plocha celkem (m2)	Nájem za 1 m2/rok	Nájem/měsíc	2 nájmy
	2.03	2	chodba	53,52	500,00 Kč	2 230 Kč	
	2.04	2	předstíh WC ženy	4,94	500,00 Kč	206 Kč	
	2.05	2	WC ženy	2,46	500,00 Kč	103 Kč	
	2.06	2	WC - muži	2,46	500,00 Kč	103 Kč	
	2.07	2	předstíh WC muži	9,55	500,00 Kč	398 Kč	
	2.08	2	úklidová místnost	3,21	500,00 Kč	134 Kč	
	2.25	2	čajovná kuchyňka	3,68	500,00 Kč	153 Kč	
	1.30	1	výtahová šachta	3,42	500,00 Kč	143 Kč	
	<b>Nájem za společné prostory celkem pro 2. NP</b>			<b>83,24</b>		<b>3 468 Kč</b>	
	<b>Poměrná část nájmu za společné prostory (za jednotku)</b>					<b>103 Kč</b>	
	<b>Kanceláři na patře celkem</b>			<b>393,54</b>			
	2.11	2	kabinet	11,66	2 300,00 Kč	2 235 Kč	
	<b>Pronajímané prostory-kanceláře</b>			<b>11,66</b>		<b>2 235 Kč</b>	
	<b>Pronajímané prostory celkem</b>			<b>14,13</b>		<b>103 Kč</b>	
	<b>Nájem celkem (bez DPH)</b>					<b>2 338 Kč</b>	<b>4 675 Kč</b>
	<b>Kalkulace služeb</b>						
	<b>Druh služby</b>			<b>Paušál/m2/rok</b>	<b>Paušál za plochu celkem/rok</b>	<b>Částka za měsíc</b>	<b>Zaplaceno dle skutečnosti celkem</b>
	Dodávka elektrické energie			350 Kč	4 944 Kč	412 Kč	
	Elektřina společných prostor			20 Kč	283 Kč	24 Kč	
	Teplo			130 Kč	1 836 Kč	153 Kč	
	Dodávka vody a odpadních vod			55 Kč	777 Kč	65 Kč	
	Úklid společných prostor			100 Kč	1 413 Kč	118 Kč	
	Likvidace komunálního odpadu			5 Kč	71 Kč	6 Kč	
	Internet optický 50-50Mb			-	-	190 Kč	
	<b>Paušální platba za služby celkem (bez DPH)</b>			<b>660 Kč</b>	<b>9 323 Kč</b>	<b>967 Kč</b>	
	<b>Nájem + paušální platba za služby celkem/měsíc (bez DPH)</b>					<b>3 305 Kč</b>	