

Podnikatelský plán na založení podniku Jezdecký klub Dětkovice

Lucie Tomková

Bakalářská práce
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta logistiky a krizového řízení

Ústav ekonomie

akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lucie TOMKOVÁ**
Osobní číslo: **L08523**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Logistika a management**

Téma práce: **Podnikatelský plán na založení podniku "Jezdecký klub Dětkovice"**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretické vymezení jednotlivých aspektů podnikatelského plánu.
2. Založení jezdeckého klubu - ekonomické aspekty.
3. Analýza nákladů provozu jezdeckého klubu.



Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

[1] SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W.D.: *Ekonomie*. 2. vydání. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. 1011 s. ISBN 80-205-0494-X

[2] PETŘÍK, T.: *Ekonomické a finanční řízení firmy*. 1. vydání. Praha: Grada publishing, a.s., 2005. 372 s. ISBN 80-247-1046-3

[3] KIYOSAKI, R., T.: *Co máte vědět, než začnete podnikat*. 1. vydání. Praha: Pragma, 2005. 292 s. ISBN 80-7349-009-9

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Eva Lukášková, Ph.D.**

Ústav ekonomie

Datum zadání bakalářské práce: **30. listopadu 2010**

Termín odevzdání bakalářské práce: **6. května 2011**

V Uherském Hradišti dne 2. února 2011



Ing. Romana Bartošiková, Ph.D.
pověřená děkanka



Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Cílem bakalářské práce „Podnikatelský plán na založení podniku Jezdecký klub Dětkovice“ je navrhnout podnikatelský plán na založení jezdeckého klubu v obci Dětkovice. Teoretická část se zabývá základními informacemi o vytvoření podnikatelského plánu, jeho struktuře a obsahu. Praktickou část tvoří konkrétní zpracování podnikatelského plánu, který se zabývá založením jezdeckého klubu.

Klíčová slova:

Podnikatelský plán, založení podniku, jezdecký klub

ABSTRACT

The aim of the bachelor thesis "The business plan for establishing a business equestrian Club Dětkovice" is to design a business plan to establish a riding club in the village Dětkovice. The theoretical part deals basic information about a business plan, it is structure and content. The practical part consists of a specific business plan processing, which deals the establishment of the equestrian club.

Keywords:

The business plan, establishing a business, equestrian Club

Zde bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Bc. Evě Lukáškové, Ph.D. za cenné připomínky a rady, které přispěly k jejímu vypracování.

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním 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 bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v archivu Fakulty logistiky a krizového řízení Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji 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 – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování 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 bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem 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,

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

V Uherském Hradišti dne 21.12.2010.

.....
podpis studenta/ky

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 PODNIKATELSKÝ PLÁN	11
1.1 ÚČEL PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	11
1.2 MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKÁNÍ.....	12
1.2.1 Drobné, malé a střední podniky	12
1.2.2 Živnost.....	13
1.3 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU.....	14
1.4 TITULNÍ STRANA	14
1.5 PODNIK, PRODUKT, CÍLE	14
1.5.1 Informace o stavu podniku (firmy)	14
1.5.2 Produkt (výrobek nebo služba)	15
1.5.3 Cíle	15
1.6 MARKETINGOVÝ PLÁN	16
1.7 ANALÝZA TRHU.....	17
1.8 ANALÝZA KONKURENCE	18
1.9 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ.....	19
1.10 FINANČNÍ PLÁN	20
1.10.1 Rozvaha.....	20
1.10.2 Náklady, výnosy, výsledek hospodaření.....	21
1.10.3 Příjmy, výdaje, cash flow.....	23
1.10.4 Kalkulace.....	23
2 METODIKA	26
2.1 CÍL PRÁCE	26
2.2 METODY VYUŽÍVANÉ PŘI ZPRACOVÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	26
2.2.1 Analýza – syntéza	26
2.2.2 Indukce – dedukce.....	26
2.2.3 Sběr dat.....	27
II PRAKTICKÁ ČÁST	28
3 ZPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU	29
3.1 TITULNÍ STRANA	29
3.2 PODNIK, PRODUKT, CÍLE	30
3.2.1 Podnik	30
3.2.2 Produkt	30
3.2.3 Cíle	31
3.3 MARKETINGOVÝ PLÁN	31
3.4 ANALÝZA TRHU.....	32
3.5 ANALÝZA KONKURENCE	32
3.6 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ.....	34
4 FINANČNÍ PLÁN	35

4.1	ROZVAHA	35
4.2	VÝDAJE	36
4.2.1	Vstupní výdaje	36
4.2.2	Provozní výdaje.....	38
4.2.3	Režijní výdaje.....	41
4.2.4	Celkové výdaje.....	43
4.3	PŘÍJMY	46
4.3.1	Popis poskytovaných služeb	46
4.3.2	Plán provozu jezdeckého klubu	47
4.4	VÝŠE MĚSÍČNÍHO PŘÍJMU.....	50
	ZÁVĚR	51
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	52
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	54
	SEZNAM OBRÁZKŮ	55
	SEZNAM TABULEK.....	56
	SEZNAM PŘÍLOH.....	57

ÚVOD

Cílem bakalářské práce je vypracování podnikatelského plánu na „Jezdecký klub Dětkovice“, který bude nabízet jízdu na koni a výuku jízdy na koni. Podnikatelský plán se zaměří na sestavení výdajů, příjmů jezdeckého klubu a na zhodnocení zisku.

Teoretická část tvoří podklad pro praktickou část. Je sestavena z dostupných zdrojů (odborná literatura, internet). Obsahuje základní informace o podnikatelském plánu, struktuře, marketingový plán, analýzu trhu a konkurence, finanční plán.

Marketingový plán dává určitý návod, jak dosáhnout vytyčených cílů. Finanční plán určí sestavení rozvahy, výdajů, příjmů a propočet výnosnosti.

Praktická část popisuje konkrétní podnikatelský plán „Jezdecký klub Dětkovice“. Podnikatel si musí promyslet, v čem bude podnikat. Měl by se rozhodnout pro činnost, které bude rozumět. Po rozmyšlení si zvolí formu podnikání. Záleží, jestli má dostatek peněz pro základní vklad do podnikání a na způsobu ručení.

Před zahájením podnikatelské činnosti se musí zjistit, například formou dotazníků, jestli bude zájem o nový podnik.

V marketingovém plánu se hodnotí současný stav podniku, sestavení cílů a jak stanovených cílů dosáhnout. Na základě předpokladu splnění cílů se vypočítají příjmy. Příjmy musí pokrýt veškeré výnosy a zisk.

Finanční plán slouží k sestavení veškerých výdajů spojených s podnikáním. Příjmy se zakládají na předběžném odhadu poskytnutých služeb. Podnikatel vypočítá zisk a zhodnotí, zda je dostatečný. Vyplyne, jestli je podnikání reálné a výdělečné.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Základem pro komplexní posouzení reálnosti a životaschopnosti podnikatelského nápadu je sestavení podnikatelského plánu. Písemný dokument zpracovaný podnikatelem popisuje všechny podstatné vnitřní i vnější faktory související s podnikatelskou činností. Může se přirovnat k autoatlasu, který by měl usnadnit odpovědi na otázky typu: kde je podnik, kam se chce dostat a jak se tam dostane.¹²

Podnikatelský plán konkretizuje záměry podnikatele do budoucna. Zpracování podnikatelského plánu vyžaduje invenci, odvalu a flexibilitu. V případě středního podniku je výsledkem týmové práce, do které je nutné zahrnout široký okruh řídicích pracovníků podniku.¹⁶

1.1 Účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán slouží k interním účelům, zejména je však vyžadován externími subjekty.

Uvnitř firmy slouží podnikatelský plán jako plánovací nástroj, podklad pro rozhodovací proces, nástroj kontroly. Zejména v případech, kdy podnikatel firmu zakládá a kdy firma stojí před výraznými změnami, které mohou mít dlouhodobé důsledky na její chod. Změnou může být například velká investice, sloučení s jiným podnikatelským subjektem, rozdělení firmy na několik částí, vstup do strategické aliance, odprodej nebo uzavření neefektivních provozů. Někteří podnikatelé dávají stručný výtah z podnikatelského plánu k dispozici i zaměstnancům, aby se seznámili se základními cíli firmy a posílila se identita pracovníků s firmou.

Přínosy podnikatelského plánu pro management spočívá zejména v tom, že jeho zpracování umožňuje:

- získání užitečných poznatků z analýz, které by měly předcházet přípravě podnikatelského plánu. Součástí podnikatelského plánu je např. analýza vnějšího okolí, která může napomoci při orientaci v legislativě, politické situaci, možnostech domácí ekonomiky, daňové soustavě,
- přehledné demonstrování záměrů ve vývoji firmy, předpokladů, na kterých jsou záměry postaveny a možných rizik při jejich dosažení,

- predikce vývoje finančních toků, zjištění potřeby a tvorby finančních prostředků z podnikatelské činnosti,
- včasné odhalení možných slabin či rizik ve zvolených záměrech či cestách k jejich dosažení,
- informování zaměstnance o záměrech firmy v budoucnosti, budování podnikové kultury.

Externí subjekty analyzují na základě podnikatelského plánu schopnost firmy realizovat náročnější investiční program, připravenost ucházet se o některý druh podnikatelské podpory. V tomto případě je totiž třeba přesvědčit poskytovatele kapitálu (investory) o výhodnosti a nadějnosti projektu, na jehož financování kapitál požadujeme. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může významně přispět k získání potřebného kapitálu. ¹⁶

1.2 Malé a střední podnikání

1.2.1 Drobné, malé a střední podniky

Drobný podnikatel:

- Zaměstnává méně než 10 zaměstnanců,
- Aktivita nebo obrat nepřesahují korunový ekvivalent 2 mil. EUR.

Malý podnikatel:

- Zaměstnává méně než 50 zaměstnanců,
- Aktiva nebo obrat firmy nepřesahuje korunový ekvivalent 10 mil. EUR.

Střední podnikatel:

- Zaměstnává méně než 250 zaměstnanců,
- Aktiva firmy nepřesahují korunový ekvivalent 43 mil. EUR nebo obrat 50 mil. EUR. ¹³

1.2.2 Živnost

Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených živnostenským zákonem.

Ohlašovacími živnostmi jsou:

- a) živnosti řemeslné, je-li podmínkou provozování živnosti odborná způsobilost uvedená v § 21 a 22,
- b) živnosti vázané, je-li podmínkou provozování živnosti odborná způsobilost uvedená v příloze č. 2 k tomuto zákonu, není-li dále stanoveno jinak,
- c) živnost volná, u které není jako podmínka provozování živnosti odborná způsobilost stanovena.

Živnost volná

§ 25

Živnost volná je živnost opravňující k výkonu činnosti, pro jejichž provozování zákon nevyžaduje prokazování odborné ani jiné způsobilosti. K získání živnostenského oprávnění pro živnost volnou musí být splněny všeobecné podmínky (§ 6 odst. 1). Živnost volná a obory činností, které náležejí do živnosti volné, jsou uvedeny v příloze č. 4 k tomuto zákonu.

Všeobecnými podmínkami provozování živnosti fyzickými osobami, pokud zákon nestanoví jinak, jsou:

- a) dosažení věku 18 let,
- b) způsobilost k právním úkonům,
- c) bezúhonnost.¹⁷

1.3 Struktura podnikatelského plánu

Struktura není nikde přímo stanovena, každý podnikatelský plán má svou individuální podobu. Záleží na každém podnikateli, jako podobu zvolí. Při jejím zpracování musíme dbát na přehlednost, stručnost a srozumitelnost. Podstatou je vytvořit pravdivý obraz o záměrech podniku.⁸

1.4 Titulní strana

Titulní strana je první dokument, kde se popisuje stručný výklad obsahu podnikatelského plánu:

Název a sídlo organizace

Jméno podnikatele/podnikatelů, kontakty a adresy

Druh a povaha podnikání

Prohlášení o potřebě financování a jeho struktura

Prohlášení o důvěrnosti zprávy – zařazuje se z bezpečnostních důvodů.⁵

1.5 Podnik, produkt, cíle

1.5.1 Informace o stavu podniku (firmy)

- Statut a právní forma podniku:
 - samostatný podnikatel,
 - forma partnerství,
 - spol. s ručením omezeným.

Nejčastější formy v soukromém podnikání malého rozsahu.

- Jméno respektive jména vlastníků nebo držitelů rozhodujících podílů.
- Registrovaná adresa sídla firmy.
- Adresa prodejny.
- Popis soustavy poradců (pokud je vytvořen).

- Právní zástupce.
- Účetní nebo účetní firma.
- Banka a bankovní poradce.

1.5.2 Produkt (výrobek nebo služba)

Zde je napsaná přesná definice podnikání a výrobků, služeb.

- Přesná charakteristika existujících výrobků/služeb.
- Detaily odlišující vaše výrobky/služby od výrobků/služeb vašich konkurentů.
- Plán rozvoje (vývoje) existujících a nových produktů.
- Výrobní technologie a její kvalita.
- Schopnost přizpůsobit výrobce pružně požadavkům zákazníků.
- Výše výrobních nákladů.
- Plán vývoje a výzkumu technologií.

Pro vývoj firmy jsou důležité nové vyvíjené produkty, technologie srovnat s novými, vyvíjenými produkty konkurence (neexistujícími).⁶

1.5.3 Cíle

Sledované cíle zahrnují jednak základní strategické cíle, kterých se firma snaží realizací daného projektu dosáhnout, jednak specifické cíle jednotlivých oblastí firmy, ke kterým patří uspokojení poptávky a postavení firmy na trhu, inovace výrobního programu a technologie, kvalita produkce, efektivnost a finanční stabilita, sociální oblast, rozvoj organizace a řízení, ochrana životního prostředí, prestiž a společenské postavení firmy. Stanovené cíle by měly být reálné, však současně dostatečně motivující a vyjádřené v konkrétní formě. Pokud to je možné, doporučuje se jejich kvantifikace s tím, že by se měly vztahovat k období příštích dvou až pěti let.⁴

1.6 Marketingový plán

Firemní marketingové plány se mohou lišit jeden od druhého – podle typu firmy, její velikosti, oblasti, ve které podniká, nebo podle toho, v jaké fázi vývoje se firma nachází. Typický marketingový plán pro malou firmu obsahuje:

Celkové shrnutí

Zde je představena firma a její podnikání, a rovněž hlavní cíle a strategie pro období, pro které je marketingový plán připravován. Je vhodné na začátku plánování načrtnout představu, a následně ji rozpracovávat dále v následujících kapitolách plánu. Na konci plánování by se mělo sem vrátit, a vhodně upravit a upřesnit zde uvedené formulace.

Situační analýza

Kapitola je věnována rozborům současnému stavu podnikání, analýze firmy a její nabídce, aktuální situaci na trhu (zákazníci, konkurence, vnější podmínky). Vhodné podklady pro analýzu zajišťuje marketingový výzkum, kdy firma sama nebo za pomoci externí firmy zjišťuje potřebné informace o trhu. Pomocí tzv. SWOT analýzy se může analyzovat prakticky cokoli – postavení firmy na trhu, produkty, nebo třeba i kvalitu managementu firmy.

Marketingové cíle

V předchozím odstavci je rozebraná analýza současného stavu k získání dostatečně přesného obrázku o situaci firmy na trhu. Nyní se začíná plánovat – stanovením cílů vlastně se popisuje budoucí stav firmy. Je důležité, aby cíle byly měřitelné a vyhodnotitelné – jinak může vzniknout nebezpečí o kontrole splnění cílů. Cíle se mohou týkat prodejních výsledků, zákazníků, postavení firmy na trhu. Doporučení: zaměřit se jen na 3-4 hlavní cíle, nebude se rozměňovat úsilí různými směry.

Marketingová strategie

Jestliže situační analýza popisuje současný stav a marketingové cíle stav budoucí, pak marketingová strategie určuje, jak se do cílového stavu dostat – tj. co všechno se musí

udělat pro to, aby se dosáhlo vytyčených cílů. Dlouhodobá strategie by měla obsahovat zejména definice klíčových zákazníků a způsob práce s nimi. Marketingový mix nebo tzv. “4P marketingu”, výstižnější termín je zřejmě komunikační mix – tj. způsob marketingové komunikace se zákazníky. Marketingový mix představuje vlastně konkrétní rozpracování strategie.

Zde se uvede:

- Produkty a služby: které produkty se nabízejí, jejich vlastnosti a výhody.
- Jak se budou produkty a služby nabízet: zde je paleta možností velmi široká, v případě obchodní firmy se může např. zvolit tradiční prodejna, zásilková služba, přímý prodej prostřednictvím prodejního týmu nebo i třeba internetový obchod, v případě výrobní firmy je možné si vybrat mezi přímým prodejem nebo nepřímým – dodávat své výrobky distributorům, malo- či velkoobchodníkům.
- Ceny: se určí cenová politika, platební podmínky.
- Propagaci: v závislosti na cílech je zvolené nejvhodnější složení komunikačního mixu – tak, aby realizace marketingových aktivit dospěla s co možná největší pravděpodobností a co nejefektivněji (s rozumnými marketingovými náklady) ke splnění marketingových cílů.

Musí se pamatovat na konkurenci – marketingový mix se skládá tak, aby získal konkurenční výhodu – jinak hrozí, že se zákazníci obrátí na konkurenci.²

1.7 Analýza trhu

Je třeba definovat trh, na kterém se podniká. Pod pojmem trh se rozumí celkovou hodnotu nebo objem zboží či služeb, které uspokojují stejné potřeby zákazníka. Nesmí se ale přemýšlet o trhu pouze ve smyslu výrobků či služeb uspokojujících určitou potřebu, neboť pak se definuje trh buď příliš úzce, nebo naopak široce. Chybné vymezení trhu může být spojeno s vážnými důsledky pro podnik. Jestliže je definice trhu příliš úzká, zůstávají nepovšimnutí potenciální konkurenti i možné požadavky zákazníků, a podnik většinou zkrachuje při změnách na trhu. Při širokém vymezení budou zákazníci směřovat k někomu jinému, kdo lépe uspokojí jejich potřeby.

Nejdříve se přemýšlí o potřebách zákazníků a až poté o výrobku či službě, kterými se mohou potřeby uspokojit.

Firmy nesmějí uvažovat jen o současných trzích. Je třeba uvažovat i o dalších typech trhů podle úrovně dospělosti:

- Současné trhy – potřeby zákazníků jsou uspokojovány existujícími dodavateli. Konkurence na tomto trhu je intenzivní a nově vstupující firmy se mohou setkat s obtížemi.
- Skryté trhy – firmy jsou si vědomy potenciálních zákazníků, ale ještě nikdo nenabízí výrobek či službu uspokojující jejich skryté potřeby. Protože zde neexistuje přímá konkurence, vstup na tento trh je jednodušší.
- Vznikající trhy – trhy ještě neexistují, ale ze současných podmínek a trendů lze usuzovat na jejich vznik v budoucnu. Někdy může trvat i dlouhou dobu než trhy vzniknou, ale na druhé straně představují vznikající trhy nejvíce příležitosti pro firmy.¹

1.8 Analýza konkurence

Každý podnik zaujímá určitou konkurenční pozici, která jak bylo zdůrazněno výše, vyplývá z jeho vztahu ke konkurentům, zákazníkům a z realizace strategie podniku. Jedním z nezbytných východisek pro určení konkurenčních sil. Analýza konkurence je zaměřená na identifikaci klíčových konkurentů a na určení jejich konkurenčního profilu. To předpokládá odhalit jejich strategické cíle, strategii, specifické předpoklady, vyhodnotit výhody a nevýhody konkurenčních výrobků a příčiny tohoto stavu, zabývat se jejich nákladovým postavením. Tyto poznatky mají předpovědět potenciální reakci konkurentů jako významný aspekt ovlivňující formulaci vlastní strategie.¹¹

Analýza konkurentů slouží firmě:

- K pochopení jejich konkurenčních výhod či nevýhod oproti konkurentům;
- K pochopení minulých, současných a především budoucích strategií konkurentů, marketingových rozhodnutí konkurentů v budoucnu;
- K předpovědi, jak konkurenti pravděpodobně zareagují na naše marketingová rozhodnutí;

- K definici takových strategií, pomocí nichž firma dosáhne konkurenční výhody v budoucnu,
- K předpovědi návratnosti, která se očekává z budoucích investic;
- Ke zvýšení povědomí o příležitostech a hrozbách.¹

1.9 Strategické plánování

Plánování, respektive jeho koncepce je založena na systémovém přístupu. To znamená, že se jedná vždy o kontinuální, cílenou a kontrolovanou činnost, která řeší daný problém komplexně a koordinovaně s přihlédnutím ke všem souvisejícím vnitřním i vnějším faktorům. Plánování úzce souvisí s kontrolou a v některých firemních aktivitách se tyto dvě klíčové činnosti překrývají.

Definice plánování existuje samozřejmě více, z nich se z mého pohledu jeví jako nejpříhodnější následující:

Plánování je stanovení hlavních cílů, formulování, zhodnocení a výběr vhodných přístupů, strategií a taktik i dalších činností, které umožní dosažení plánovaných cílů.

Význam firemního plánování

Podle časového hlediska se plánování dělí na:

- krátkodobé, do 1 roku,
- střednědobé, 1-5 let,
- dlouhodobé, 5 let a více.

Je důležité si uvědomit, že v efektivně fungujícím systému plánování jsou všechny výše zmíněné úrovně propojeny a jsou také na sobě vzájemně závislé. Převědeme-li logiku celého procesu plánování do jednoduché definice, pak můžeme jinými slovy vyjádřit jeho podstatu tak, že prostřednictvím dílčích podpůrných krátkodobých a střednědobých cílů jsou dosahovány cíle hlavní – dlouhodobé.⁹

1.10 Finanční plán

Finanční plánování je formalizované rozhodování o způsobu financování (získávání kapitálu), o investování kapitálu do výnosného majetku a o peněžním hospodaření. Integruje systém podnikového plánování podle kritérií výnosnosti a rizika. Plní úlohu systému včasného varování tím, že předvídá možné a pravděpodobné finanční situace dříve než nastanou.

Produktem finančního plánování je finanční plán jako zjednodušený model budoucích stavů a toků ve finančním systému podniku. Stanoví druh, výši a okamžik ekonomických opatření, která k tomu povedou. Finanční plán slouží jako soubor kritérií pro rozhodování v přítomnosti o činnostech, jejichž důsledky nastanou v budoucnosti.¹⁵

1.10.1 Rozvaha

Rozvaha je účetním výkazem, který zachycuje bilanční formou stav dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku (aktiva) a zdrojů jejich financování (pasiva) vždy k určitému datu. Rozvaha se zpravidla sestavuje k poslednímu dni každého roku, respektive kratších období. Představuje základní přehled o majetku podniku ve statické podobě (v okamžiku účetní závěrky). Jde nám tedy o získání věrného obrazu ve třech základních oblastech – majetkové situaci podniku, zdrojích financování a finanční situaci podniku. První oblastí je majetková situace podniku, v rámci níž zjišťujeme, v jakých konkrétních druzích je majetek vázán a jak je oceněn, nakolik je opotřeben, jak rychle se obrací, optimálnost složení majetku. Druhou oblastí jsou zdroje financování, z nichž byl majetek pořízen, přičemž se primárně zajímáme o výši vlastních a cizích zdrojů financování a jejich strukturu. Poslední (i když ne co do významu) jsou informace o finanční situaci podniku, kde figurují informace, jakého zisku podnik dosáhl, jak jej rozdělil, či zprostředkovaná informace, zda je podnik schopen dostát svým závazkům.¹⁰

Tabulka č. 1: Rozvaha

Aktiva	Pasiva
Pohledávky za uspaný základní kapitál	Vlastní kapitál
	Základní kapitál
	Kapitálové fondy
	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku
	Výsledek hospodaření minulých let
	Výsledek hospodaření běžného roku
Dlouhodobý majetek	Cizí zdroje
Dlouhodobý nehmotný majetek	Rezervy
Dlouhodobý hmotný majetek	Dlouhodobé závazky
Dlouhodobý finanční majetek	Krátkodobé závazky
	Bankovní úvěry a výpomoci
Oběžná aktiva	Časové rozlišení
Zásoby	
Dlouhodobé pohledávky	
Krátkodobé pohledávky	
Krátkodobý finanční majetek	
Časové rozlišení	
Aktiva celkem	Pasiva celkem

1.10.2 Náklady, výnosy, výsledek hospodaření

Výnosy podniku jsou peněžní částky, které podnik „získal“ z veškerých svých činností za určité účetní období (měsíc, rok) bez ohledu na to, zda v tomto období došlo k jejich inkasu.

Hlavními výnosy výrobního podniku jsou tržby za prodej vlastních výrobků a služeb, u obchodního podniku tzv. obchodní rozpětí, tj. rozdíl mezi prodejní a kupní cenou, u bankovního podniku rozdíl mezi úroky, které banka získá za poskytnuté úvěry, a úroky, které zaplatí za vklady.

Náklady podniku jsou peněžní částky, které podnik účelně vynaložil na získání výnosů. Rozdíl mezi výnosy a náklady tvoří výsledek hospodaření podniku: převyšují-li výnosy náklady, jde o zisk, převyšují-li náklady výnosy, jde o ztrátu.

Výnosy podniku tvoří:

- a) provozní výnosy získané v provozně-hospodářské činnosti podniku (tržby za prodej),
- b) finanční výnosy získané z finančních investic, cenných papírů, vkladů a účastí,
- c) mimořádné výnosy získané mimořádně, např. prodejem odepsaných strojů.

Provozně-hospodářskou činností podniku je ta činnost, pro kterou byl podnik založen. U výrobního podniku je to výroba a prodej výrobků včetně poskytování výrobních služeb, u dopravních podniků přeprava zboží a osob, u obchodního podniku prodej zboží včetně poskytování různých služeb, u bankovního podniku soustředování volného kapitálu a jeho půjčování včetně dalších bankovních operací.

Náklady podniku tvoří:

- a) běžné provozní náklady (spotřeba materiálu a energie, osobní náklady),
- b) odpisy dlouhodobého majetku,
- c) ostatní provozní náklady,
- d) finanční náklady (úroky a jiné finanční náklady),
- e) mimořádné náklady (např. dary, mimořádné odměny).

Provozní náklady jsou vynaloženy na získání provozních výnosů. Patří k nim položka a) až c). Rozdíl mezi provozními výnosy a provozními náklady tvoří provozní výsledek hospodaření (zisk nebo ztrátu), rozdíl mezi finančními výnosy a finančními náklady je označován jako finanční výsledek hospodaření, který spolu s provozním výsledkem tvoří výsledek hospodaření za běžnou činnost. Rozdíl mezi mimořádnými výnosy a mimořádnými náklady (těmi jsou např. manka a škody) tvoří mimořádný výsledek hospodaření. Odečteme-li od celkového výsledku hospodaření (zisku před zdaněním) daně z příjmů, dostaneme výsledek hospodaření (roční zisk, ztrátu) po zdanění. Ten po úpravě o částky čerpání z rezervních fondů a částky jejich tvorby a částku zisku nebo ztráty z minulého roku dá bilanční zisk nebo bilanční ztrátu.

Přehled o výnosech, nákladech a výsledku hospodaření podniku podává výkaz zisku a ztráty, stručně zvaný výsledovka.¹⁴

1.10.3 Příjmy, výdaje, cash flow

Všechny finanční transakce realizované na nákupním a odbytovém trhu, které podnik uskuteční, způsobují výdaje a příjmy.

Výdaje zahrnují všechny úbytky peněz a peněžních hodnot a vztahují se k časovému okamžiku vyčerpání. Neomezují se přitom jen na odliv finančních prostředků ale, zahrnují také přírůstky dluhů, které vedou k odlivu prostředků, a také úbytku pohledávek, které představují úbytek peněžních nároků.

Příjmy zahrnují všechny přírůstky peněz a peněžních hodnot. Vztahují se k okamžiku přijetí a zahrnují celkový přírůstek finančních prostředků a peněžních hodnot. Proto k příjmům patří nejen platby, ale také přírůstky pohledávek, které v důsledku vedou k platbě, stejně jako úbytku dluhů, které ušetří budoucí odlivy prostředků na úrok a amortizaci.

Výdaje a příjmy dokumentují důsledky transakcí v rozvaze na účtech aktiv, dluhů a kapitálu. Mohou však také stejnou měrou vstoupit do oblasti výsledku podnikání. Přitom náklady zpravidla způsobují výdaje s následkem výplaty. Výnosy ovlivňují příjmy platbami peněžních prostředků.⁷

1.10.4 Kalkulace

Kalkulace je jednou ze složek tzv. manažerského účetnictví. Kalkulací se rozumí přiřazování nákladů na jednu kalkulační jednici.

Kalkulační jednice je elementární jednotka výkonu, např. 1 ks, 1 kg, 1 hodina – tedy taková jednotka, na kterou má smysl zjišťovat náklady. Kalkulace udává, jaké náklady budou nebo byly vynaloženy na vznik (výrobu) jedné takové kalkulační jednice.

Kalkulace se v zásadě dělí do dvou základních skupin (a ty potom ještě do dalších podskupin), a to na kalkulaci předběžnou a kalkulaci výslednou.

Předběžná kalkulace se stanovuje před vlastním zahájením výroby. Vychází například z norem spotřeby a norem pracovní, ze zkušeností z minulých období, z odhadů, z rozpočtů nepřímých (režijních) nákladů. Hlavním cílem předběžné kalkulace je zjistit, jaké náklady budou vynaloženy na vznik (výrobu) kalkulační jednice a zda se tedy vůbec vyplatí například výrobek vyrábět.

Výsledná kalkulace se naopak sestavuje po ukončení výrobního úkolu a udává skutečné náklady vynaložené na výrobu kalkulační jednotice. Podklady pro výslednou kalkulaci poskytuje především vnitropodnikové účetnictví a evidence výroby.

Jak výsledná tak předběžná kalkulace slouží mimo jiné pro tvorbu ceny kalkulační jednotice (výrobku).

V kalkulaci rozlišujeme přímé a nepřímé (režijní) náklady.

Přímé náklady jsou přímo zjistitelné na kalkulační jednotici jako například spotřeba materiálu či mezd. U předběžné kalkulace vychází propočet těchto nákladů především z již zmiňovaných norem spotřeby materiálu či norem pracovníků.

Nepřímé neboli režijní náklady jsou společné pro celou výrobu všech výrobků nebo pro celý podnik. Patří sem například náklady na spotřebu elektrické energie, odpisy dlouhodobého majetku, mzdy režijních pracovníků (vedoucí výroby), ale i mzdy administrativního aparátu podniku. Tyto náklady obvykle nelze přímo přiřadit na kalkulační jednotici, a proto se využívá různých metod, například prostá kalkulace dělením, přírážková kalkulace či kalkulace s poměrovými čísly. Předběžná kalkulace režijních nákladů vychází obvykle z rozpočtů režijních nákladů.

Bývá zvykem sestavovat kalkulaci formou tzv. kalkulačního vzorce, což je vlastně určitý sled jednotlivých nákladových položek. Záleží na každém podniku, jak si svůj kalkulační určí sám.

Možný kalkulační vzorec může vypadat například takto:

1. Přímý materiál (materiál bezprostředně nutný k výrobě)
2. Přímé mzdy (mzdy pracovníků vyrábějící výrobek)
3. Výrobní režie (režijní = společné náklady na výrobu)
4. **SOUČET 1+2+3: VLASTNÍ NÁKLADY VÝROBY**
5. Správní režie (společné náklady podniku na správní aparát)
6. Zásobovací režie (spol. náklady na zásobování v podniku)
7. **SOUČET 4+5+6: VLASTNÍ NÁKLADY VÝKONU**
8. Odbytové náklady/režie (souvisí s odbytem – prodejem)
9. **SOUČET 7+8: ÚPLNÉ VLASTNÍ NÁKLADY VÝKONU**

Úplné vlastní náklady výkonu vlastně udávají všechny náklady, které podnik vynaloží nebo vynaložil na výrobku kalkulační jednice. Jsou také základem pro tvorbu prodejní ceny – podnik by patrně dlouhodobě neměl prodávat své výrobky (kalkulační jednice) za cenu nižší, než jsou úplné vlastní náklady výkonu – prodával by je se ztrátou.³

Bod zvratu

Určení bodu zvratu má pro vedení podniku velký význam. Bod zvratu se používá jako výchozí bod pro mnoho rozhodnutí. Podnik musí mít informace o tom, při jakém počtu kusů, popř. jakém obratu jsou pokryty veškeré fixní a variabilní náklady a kde začíná zisková zóna.

V bodě zvratu jsou pokryty veškeré fixní a variabilní náklady. Vychází-li se z příspěvku na úhradu, existuje pevný vztah mezi cenou za kus a vynaloženými variabilními náklady. Pomocí příspěvku na úhradu je zaručeno, že jsou pokryty veškeré variabilní náklady při ceně, která je stanovena na kus. Zbývající část slouží k pokrytí fixních nákladů.

Každý prodaný kus dosahuje příspěvku na úhradu, který kryje fixní náklady jako suma v bodě zvratu. Jednotlivé příspěvky na úhradu se měří v bloku fixních nákladů. Bod, ve kterém jsou veškeré náklady pokryty, tj. bod zvratu v naturálním vyjádření, lze stanovit následovně:

$$\text{Bod zvratu v naturálním vyjádření} = \frac{FN}{p-b}$$

Analýza bodu zvratu slouží sice úplnému pokrytí nákladů, ale výpočet se provádí způsobem, kdy podíl z fixních nákladů a marginálních výnosů se rovná bodu zvratu.⁷

2 METODIKA

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem je zpracování podnikatelského plánu „Jezdeckého klubu Dětkovice“. V práci jsou vypočítané všechny výdaje spojené s podnikáním. Příjmy jsou sestaveny na základě předběžného dotazování zájmu ježdění.

2.2 Metody využívané při zpracování bakalářské práce

Při zpracování práce byly využity základní výzkumné metody: analýza, syntéza, indukce, dedukce a sběr dat.

2.2.1 Analýza – syntéza

Analýza je metoda rozčlenění celku na části. Umožňuje oddělit podstatné od nepodstatného, odlišit nahodilé vztahy od trvalých a to rozbořením vlastností, vztahů a faktů postupujících od celku k částem.

Metoda byla využita při zkoumání jednotlivých skutečností pro sestavení podnikatelského plánu.

Syntéza znamená postupovat od části k celku. Posuzuje práci jako celek. Propojuje poznatky získaných analytickým přístupem.

Na základě zhodnocení informací získaných analytickou metodou byly navrženy cíle, metody a plány podnikatelského plánu.

2.2.2 Indukce – dedukce

Indukce je postup rozboru od neobvyklých případů k obecnému. Věrohodnost úsudku se může zkontrolovat množstvím případů odvozených z obecné poučky. Indukce se ověřuje dedukcí.

Indukce se zakládá na získaných vědomostech a zkušenostech.

Dedukce je úsudek směřující od obecné poučky k zvláštnímu případu. Získané vědomosti se prohloubí poznáváním jednotlivých případů a čtením odborné literatury. Dedukce se opírá o předchozí indukci.

2.2.3 Sběr dat

Sběr dat zahrnuje data z jednoho nebo více míst vzniku. Získané informace se shromáždí, zpracují a vyhodnotí.

Potřebná literatura byla vyhledávána v bibliografiích, další informace byly získány prostřednictvím internetu.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 ZPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU

3.1 Titulní strana

Název: Jezdecký klub Dětkovice

Sídlo: Dětkovice 133, 798 04 Určice

Jméno podnikatele: Lucie Tomková

Forma podnikání: živnost

Předmět podnikání: jízda na koni, výuka jízdy na koni

3.2 Podnik, produkt, cíle

3.2.1 Podnik

Podnikatel zakládá podnik Jezdecký klub Dětkovice formou živnosti. Jezdecký klub bude rodinná firma. Hlavním předmětem podnikání je jízda na koni. Majitel podniká ve vlastních prostorech, vlastní 2 koně a 4 koně má v pronájmu. Má k dispozici veškeré základní vybavení.

Pro živnostenský list se majitel rozhodl kvůli jednoduchému zřízení a žádnému základnímu vkladu. Fyzická osoba je povinna ohlásit provozování podnikatelské činnosti na živnostenském úřadu, kde obdrží živnostenský list, zpoplatněný částkou 1 000 Kč. Podnikatel se rozhodl, že nebude plátcem DPH a povede daňovou evidenci.

3.2.2 Produkt

Činnost podniku se zaměří na jízdu na koni, a to pro začátečníky i pokročilé. Dětem podnik nabídne dětský kroužek jízdy na koni a v době prázdnin také pobyty u koní. Jezdecký klub se zaměří především na základní výcvik jezdce a rekreační jízdy po okolí. Další službou klubu bude poskytování výuky péče o koně.

Zákazník si bude moci s personálem naplánovat strávený čas u koní. V případě zájmu bude možnost ustát si v areálu jezdeckého klubu vlastního koně.

Začátečníci se nejdříve budou učit jezdit na jízdárně, na lonži. Jakmile zvládnou základní výcvik, budou smět vyjet do okolí. Při prvních jízdách začátečníky vodí personál na vodítku, než zvládnou jezdit a zároveň sami řídit koně. Proto musí být rovný počet zákazníků a personálu.

Zkušenější ovládají jízdu i koně. Proto nemusí být rovný počet zákazníků a personálu. Optimální počet jsou 4 zákazníci a 2 osoby z personálu.

Hned od počátku je k dispozici 6 koní a veškeré potřebné vybavení stájí i koní – boxy pro koně, čistění, ohlávky, sedla. Členové klubu budou mít možnost zapůjčit si jezdeckou výstroj – chapsy, přilby, bičíky.

3.2.3 Cíle

Cílem podniku bude zajistit si stále zákazníky, dobré jméno, dobré postavení na trhu, uspokojení potřeb zákazníků. Jezdecký klub se postará i o příležitostné zákazníky, případně bude usilovat o získání nových. Dalším cílem podniku bude zajistit perfektní péči o koně. Pokud nebude firma schopna pokrýt poptávku, pokusí se rozšířit nabídku.

3.3 Marketingový plán

Situační analýza

Zde jsou uvedeny silné stránky, slabé stránky příležitosti, hrozby.

Obr. č. 1: SWOT analýza jezdeckého klubu Dětkovice



Marketingové cíle

Hlavním marketingovým cílem bude získat dostatečnou, nejlépe stálou klientelu, a tím docílit pokrytí výdajů a zajištění zisku. Pro získání potřebných příjmů je nutné získat stále zákazníky, 22 zkušených jezdců, 8 začínajících. Předpokládá se, že každý jezdec chce jezdit pravidelně každý týden a dvakrát týdně. Musí se počítat i se zákazníky, kteří nejsou stálí. Dalším cílem podniku bude získat klientelu, která pokryje 65 jezdeckých hodin týdně. Jezdeckou hodinou se rozumí jedna hodina jízdy klienta na jednom koni. (Např. dvouhodinová vyjížďka dvou klientů se rovná čtyřem jezdeckým hodinám.)

Marketingová strategie

Prostřednictvím reklamy ve formě letáků, webových stránek a inzerce v novinách bude podnik upozorňovat na nově vzniklý jezdecký klub. Na základě vytvořených dotazníků se vytvoří nabídka, která bude pro potenciální zákazníky dostatečně atraktivní.

3.4 Analýza trhu

Podnik bude orientován především na Olomoucký kraj, konkrétně na oblast mezi Prostějovem a Vyškovem. Firma se zaměří na zákazníky se zájmem o koně, přírodu a k nalákání klientely se bude snažit využít i momentálního trendu, jímž je tzv. aktivní odpočinek. Dále bude veřejnost upozorňována na pozitivní zdravotní účinky jízdy na koni na naše tělo. Jízda na koni pomáhá např. při bolestech zad, jimiž dnes trpí velké procento lidí. Přístup do jezdeckého klubu nebude nijak věkově omezený.

3.5 Analýza konkurence

Jezdecká stáj Arka

Jezdecká stáj nabízí drezurní obdélník, lonžovací kruh, jízdárnu s parkurovými překážkami, vyjížďky do okolních lesů. Zákazníci si mohou zajezdit jako členové klubu nebo jako návštěvníci stáje. Na internetových stránkách je uvedeno 9 koní.

Adresa: JEZDECKÝ KLUB ARKA, o. s. Lhota u Konice Brodek u Konice - Lhota u Konice 3, 798 45

Webové stránky: <http://www.stajarka.info/>

Jezdecký klub Alika

Jezdecký klub poskytuje stáje, výběhy, jízdárny, krytou halu, kolotoč. Ve stáji je soukromý veterinární lékař. Klub připravuje mladé koně do parkurových a drezurních soutěží a také do soutěží všestrannosti. Jezdecký klub Alika neposkytuje výcvikové lekce ani vyjížděky do okolí.

Adresa: Čelčice 164, Klenovice na Hané

Webové stránky: <http://www.jkalika.cz/>

CORAZON o. s.

Corazon o. s. je založen, jako občanské sdružení, které je spíše zaměřeno na děti. Nabízí vzdělávací a výukové programy, volnočasové aktivity pro děti – kluby, kroužky - přímý kontakt dětí se zvířaty, praktické ukázky a nácvik péče o zvířata, sportovní akce, semináře, tábory, sportovní a turistická činnost související se zvířaty a přírodou.

Adresa: Ostravská 788/31, 779 00 Olomouc-Hodolany

Webové stránky: <http://www.corazon.euweb.cz/>

HELIOS – Mostkovice

Jezdecký oddíl nabízí výuku jízdy na koni, vyjížděky na koních do okolí Plumlovské přehrady, jednotka hiporehabilitace a LPPJ, svezení MŠ,ZŠ, školních družin, skupin, výletů,školy v přírodě, zapůjčení koní na ZZVJI, zkoušky cvičitelů, trenérů, projížděky v kočáře nebo bryče, ustájení koní, ubytování.

Adresa: Mostkovice, 798 02, Jižní 165/14

Webové stránky: www.helios-mostkovice.ic.cz

Cavalo Prostějov

Dostihová stáj Cavalo se zúčastňuje rovinových a překážkových dostihů. Ve stáje působí Jezdecký klub Cavalo. Klub nabízí svezení dětí na koních v ohradě, pronájem koně pod dozorem na jízdárně, ustájení koně.

Adresa: Prostějov, 796 01, Za velodromem

Webové stránky: <http://www.cavalo.cz/>

Konkurence v okolí Jezdeckého klubu Dětkovice je velká. Stáje nabízí různorodé služby, navíc již mají určitou tradici a stálou klientelu. Prioritou jezdeckého klubu je tedy nabídnout zákazníkům něco jiného, než je v těchto již zaběhlých jezdeckých klubech zvykem. Stáj bude na rozdíl od okolních klubů zaměřena především na rekreaci. Dále se bude jednat o malý podnik, jenž si bude klást za cíl individuální péči o zákazníka.

Na rozdíl od konkurence nebude nabízet jen výcvikové hodiny či hodiny jízdy v terénu, ale bude možné se účastnit i celodenních výletů či několikadenních pobytů u koní.

Do obce, kde stáj sídlí, je dobrá dopravní dostupnost. Navíc se nachází jen několik metrů od autobusové zastávky, tudíž cestování by zvládly i děti.

3.6 Strategické plánování

Podnikatel začíná s půjčkou 100 000 Kč na vstupní výdaje. Splátka bude trvat 2 roky. Majitel má v plánu svou činnost rozvíjet. Další roky se bude šetřit na dalšího koně nebo si může vzít půjčku. Podle zájmu se může uvažovat o vybudování více boxů na ustájení koní. Podnikatel vlastní prostory, kdy by se mohly stáje postavit. V případě rozšíření stáje bude potřeba zajistit výpomoc ke koním.

4 FINANČNÍ PLÁN

Podnik financuje z vlastních zdrojů majetek a zásoby, ale potřebuje půjčku 100 000 Kč na zařízení šatny, nakoupení skříní do šatny, pořízení stolu a laviček.

4.1 Rozvaha

Tabulka č. 2: Počáteční rozvaha

POČÁTEČNÍ ROZVAHA			
Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek		Vlastní kapitál	
Drobný dlouh. hm. majetek	90 800	Základní kapitál	101 113
Oběžný majetek		Cizí zdroje	
Zásoby	10 313	Půjčka	100 000
Peníze v hotovosti	100 000		
Aktiva celkem	201 113	Pasiva celkem	201 113

Do podnikání je zahrnuto 6 koní. Dva jsou vlastní a čtyři jsou v pronájmu. Cena koní:

1. Kůň: Adina 35 000 Kč
2. Kůň: Zaza 20 000 Kč
3. Kůň: Triga v pronájmu
4. Kůň: Sinan v pronájmu
5. Kůň: Umag v pronájmu
6. Kůň: Atos v pronájmu

Do hmotného majetku patří jen 2 koně, dohromady stojí 55 000 Kč. Do majetku se počítají i sedla, uzdečky, deky, čištení, (2 x uzdečky - 2 000 Kč, 2 x bezkostrové sedlo - 20 000 Kč + 2 x anglická sedla - 8 000 Kč, ostatní vybavení - 5 800 Kč) Vše dohromady má cenu 90 800 Kč.

Zásoby tvoří seno, sláma, jádro a vitamíny potřebné na půl roku.

4.2 Výdaje

Podnikatel musí zvážit, co potřebuje k podnikání. Počáteční výdaje se zaměří na zařízení provozovny a potřeby k fungování podnikatelské činnosti.

4.2.1 Vstupní výdaje

Tabulka č. 3: Vstupní výdaje

Vstupní výdaje	
Živnostenský list	1 000 Kč
Reklama	55 768 Kč
Skříně	15 000 Kč
Posezení (stůl, lavičky, židle)	5 000 Kč
Celkem	76 768 Kč

Mezi vstupní výdaje patří reklama. Podnikatelskou činnost budou propagovat internetové stránky, letáky, inzerce v regionálním a odborném tisku.

Tvorba webových stránek se zadá specializované firmě. Po prozkoumání nabídky se zjistilo, že vytvoření stránek by stálo 10 000 Kč.

Za vytisknutí jednoho tisíce letáků při ceně 3 Kč/ks se zaplatí 3 000 Kč. Letáky budou tištěné oboustranně na papír formátu A5.

Cena inzerce v odborném časopisu Jezdectví se liší dle velikosti inzerátu. Požadovaná velikost inzerátu stojí 5 520 Kč. Časopis vychází každý měsíc. Inzerce do 6 po sobě následujících vydání je zvýhodněné desetiprocentní slevou.

$$5\,520 \times 6 = 33\,120 \text{ Kč}$$

$$33\,120 - 3\,312 = 29\,808 \text{ Kč}$$

Cena reklamy v Prostějovském týdnu se odvíjí od šířky na sloupci a na výšku v mm. Cena požadovaná reklamy se vypočítá: 1 sloupec x 100 mm (výška) x cena x opakování. V regi-

onálním tisku se bude propagovat činnost po dobu 3 měsíců každý týden, to je dvanáct vydání. Pro dvanáct vydání tisk poskytuje desetiprocentní slevy.

$$1 \times 100 \times 12 \times 12 = 14\,400 \text{ Kč}$$

$$\text{Sleva } 10\%: 14\,400 - 1\,440 = 12\,960 \text{ Kč}$$

Pro členy jezdeckého klubu bude potřeba vybudovat zázemí. Základem bude šatna, do níž se podle plánu umístí skříně pro deset osob. Po prozkoumání nabídky bude celková suma za nákup skříní činit 15 000 Kč. 2 x lavička (1 kus 1 000 Kč = 2 000 Kč), 5 x židle (1 kus 200 Kč = 1 000 Kč), stůl 2 000 Kč.

Na vstupní výdaje si podnikatel půjčí peníze od třetí osoby. Na výdaje potřebuje 77 000 Kč. Když se připočítá nákup drobných věcí (nové uzdečky, ohlávky, čištění), částka se zaokrouhlí na 100 000 Kč.

Domluvená půjčka se splácí ve výši 5 000 Kč měsíčně. Třetí osoba půjčí peníze s úrokem 10 %. Podnikatel vrací celkovou částku 110 000 Kč po dobu 22 měsíců. Půjčka se splatí v únoru 2013.

Tabulka č. 4: Přehled splátek půjčky

Přehled splátek		
Rok	Počet splátek	Splacená částka
2011	8	40 000
2012	12	60 000
2013	2	10 000
Celkem	22	110 000

4.2.2 Provozní výdaje

Do provozních výdajů se zahrnují výdaje na jednoho koně, pronájem koní, mzdové výdaje.

V tabulce jsou shrnuty celkové měsíční výdaje na jednoho koně. Měsíční výdaje na 6 koní činí 13 080 Kč.

Tabulka č. 5: Výpočet výdajů na jednoho koně

Výpočet výdajů na jednoho koně	
Položky výdajů	Kč
Veterinář	1 000
Kovář	4 500
Seno	8 112
Sláma	1 320
Jádro	7 215
Vitamíny	4 000
Výdaje celkem za rok	26 147
Předpokládané výdaje na měsíc jednoho koně	2 180

Postup při stanovení jednotlivých položek

Částka u veterináře je tvořena každoročním očkováním proti chřipce a tetanu plus pasta na odčervení 2 x ročně, v případě onemocnění koně se výdaje na veterináře zvýší. Každý kůň potřebuje každé dva měsíce provést péči o kopyta, kam patří strouhání kopyt a kutí. Na odolnosti kopyta je závislá i péče o ně. Tvrdé kopyto se jen strouhá, měkké se musí okovat, kůň může mít okované jen přední nohy. Také není potřeba každé dva měsíce kupovat nové podkovy, záleží na jejich opotřebení. Průměrně návštěva kováře vyjde na 750 Kč.

Další náklady na chov koní se týkají krmiva (seno a jádro). Kůň spotřebuje průměrně 12 kg sena za den, na rok je potřeba 4 380 kg (zaokrouhleně 44 q na rok na jednoho koně). 1 q sena stojí 160 Kč, za rok 7 040 Kč.

Výpočet ceny sena s dopravou

Doprava: - Prázdný traktor 16 Kč/1 km
 - Naložený traktor 22 Kč/1 km

Jedna cesta měří 25 km: 38 x 25 = 950 Kč

Vlečka za traktorem má kapacitu 16 balíků. Hmotnost jednoho balíků je 240 kg.

16 x 240 = 3840 kg (39 q)

Průměrná cena na 1 q: 950/39 = 24,36 Kč

Výdaje na dopravu sena za rok na jednoho koně činí 1072 Kč. Výdaje na seno společně s dopravou na jednoho koně činí 8 112 Kč

Jádro pro koně se podává ve více variantách, podle rozhodnutí majitele. Krmit se může ovsem, ječmenem, granulemi nebo různými směsmi. Zvolené jádro se skládá z ovsa, ječmene a granulí. Jeden pytel granulí vystačí pro jednoho koně na měsíc a stojí 250 Kč, za rok tedy částka za granule pro jednoho koně činí 3 000 Kč. Oves vychází na jednoho koně, který denně pracuje, 2 kg na den. 1 q ovsa stojí 400 Kč, roční spotřeba ovsa je 7,3 q a stojí 2 920 Kč. Ječmen se spotřebuje 1kg denně, ročně 3,7 q, 1 q stojí 350 Kč, za rok se zaplatí 1295 Kč. Jádro celkem za rok stojí 7 215 Kč.

Mezi další výdaje patří podestýlka (sláma, piliny). Sláma a piliny se pro podestýlku používají zároveň. Piliny jsou po domluvě k dispozici z místní pily a sláma se musí kupovat. Spotřeba slámy je variabilní, průměrně vychází na 1 q za měsíc, 1 q slámy stojí 110 Kč, na rok vyjde sláma na 1 320 Kč.

Výdaje na jednoho koně za rok 2011

Podnikatelská činnost začíná 1. 5. 2011. Na rok 2011 se musí počítat s 8 měsíci. Na zahajovací rok má podnikatel vlastní zásobu na půl roku. V roce 2011 se nakoupí seno, sláma, jádro a vitamíny jen na 2 měsíce. Proto se velmi sníží průměrné výdaje na první rok podnikání. Na jednoho koně činí měsíční výdaje 931 Kč, na 6 koní 5 586 Kč.

Tabulka č. 6: Výpočet výdajů na jednoho koně za rok 2011

Výpočet výdajů na jednoho koně za rok 2011	
Položky výdajů	Kč
Veterinář	1 000
Kovář	3 000
Seno	1 352
Sláma	220
Jádro	1203
Vitamíny	667
Výdaje celkem za rok	7 442
Předpokládané výdaje na měsíc na jednoho koně za rok 2 011	931

Pronájem koní

Majitelka si domluvila pronájem koní. Sestra půjčí 2 koně, za které dostane pronájem 3 000 Kč, za výpomoc s ježděním bude mít sestra odměnu 3 000 Kč, dohromady za měsíc obdrží 6 000 Kč. K domluvě o pronájmu patří zaplacení výdajů na poskytnuté koně. Se stejnými podmínkami dá k dispozici 2 koně další osoba.

Tabulka č. 7: Mzdové výdaje

Mzdové výdaje	
Mzda personálu	6 000 Kč
Odvod zaměstnavatele za zaměstnance (35 %)	2 100 Kč
Celkem	8 100 Kč

4.2.3 Režijní výdaje

Do provozních výdaje se musí zahrnout i výdaje režijní. Ve stáji režii tvoří elektřina, plyn. Voda se čerpá ze soukromé studny.

Elektrická energie

Světla:

Léto (duben – září): Spotřeba elektřiny v létě je menší než v zimě. V létě se musí svítit průměrně 1 hodinu denně, v areálu je 20 světel, každé z nich má 20 W. Za den se spotřebuje 0,4 kWh, za měsíc 12 kWh.

Zima (říjen – březen): V zimě se svítí 4 hodiny denně. Spotřeba elektřiny za den 1,6 kWh, za měsíc 48 kWh.

Čerpání vody: Spotřeba 2 kWh za den, za měsíc 60 kWh.

$$72 + 288 + 720 = 1\,080 \text{ kWh}$$

Spotřeba elektrické energie za rok je průměrně 1 080 kWh. Záměrně je uvedena vyšší spotřeba elektřiny, aby vznikla rezerva pro případné mimořádné události.

Od 1. 1. 2011 Cena elektřiny se skládá:

- ze stálého platu 48 Kč/měsíc, 58 Kč/měsíc s DPH
- z platu za elektrickou energii 1 651 Kč/MWh, 1 981 Kč/MWh s DPH
- z daně z elektřiny 28,30 Kč/MWh, 33,96 Kč/MWh s DPH

$$58 \times 12 + 1981 \times 1,08 + 33,96 \times 1,08 = 696 + 2\,139,48 + 36,68 = 2\,872,16 \text{ Kč/rok}$$

Výdaje na elektřinu za měsíc činí 239,35 Kč.

Sice by mohla být zredukovaná sazba za elektřinu, ale z důvodů budoucího rozvoje se nechal hlavní jistič před elektroměrem 25 A.

Tabulka č. 8: Výpočet spotřebované elektrické energie v jezdeckém klubu na měsíc

Výpočet elektrické energie		
Položka	Cena	Výpočet
Cena za dodávku elektřiny ve vysokém tarifu	1 651 Kč/MWh	$1\,981 \times 1,08 \times 1,2 = 2\,567,38$
Stálý měsíční plat	48 Kč/měsíc	$48 \times 12 \times 1,2 = 691,2$
Platba za dodávku elektrické energie		3 258,58
Cena za systémové služby	155,40 Kč/MWh	$155,40 \times 1,08 \times 1,2 = 201,40$
Cena za podporu výkupu elektřiny z obnovitelných zdrojů	370 Kč/MWh	$370 \times 1,08 \times 1,2 = 479,52$
Cena za činnost operátora trhu	4,75 Kč/ MWh	$4,75 \times 1,08 \times 1,2 = 6,16$
Platba za související služby		687,08
Cena za distribuované množství elektřiny	2 341,93 Kč/MWh	$2\,341,93 \times 1,08 \times 1,2 = 3035,14$
Měsíční plat za příkon	105 Kč/měsíc	$105 \times 12 \times 1,2 = 1\,512$
Platba za distribuci elektrické energie		4 547,14
Celkem		8 492,8
Platba za energii za měsíc		707,73

Plyn

Plyn se užívá k ohřívání vody.

Léto: Spotřeba na jeden den je 1 m^3 , za měsíc 30 m^3

Zima: Spotřeba na jeden den je 3 m^3 , za měsíc 90 m^3 .

Za rok se průměrně spotřebuje 720 m^3 .

Tabulka č. 9: Výše výdajů na spotřebu plynu v jezdeckém klub na měsíc

Orientační výpočet ceny zemního plynu pro maloobtěratele	
Spotřeba zemního plynu v celých m ³ za rok	720 m ³
Přepočtená spotřeba v kWh	7 588 kWh
Platba za distribuci - stálý plat za přistavenou kapacitu	1 029,96 Kč
Platba za distribuci - odebraný plyn	1 192,88 Kč
Platba za ostatní služby dodávky:	
Stálý plat	1 274,40 Kč
Odebraný plyn	6 127,99 Kč
Platba za služby operátora trhu	8,37 Kč
Celková orientační platba za spotřebovaný zemní plyn (bez DPH)	9 633,60 Kč
Celková orientační platba za spotřebovaný zemní plyn (vč. DPH)	11 560,32 Kč
Celková orientační platba za měsíc	963,36 Kč

4.2.4 Celkové výdaje

V následujících tabulkách jsou uvedeny předpokládané výdaje na měsíc.

Výdaje na jednoho koně za rok 2011 jsou nižší, proto je potřeba vypočítat zvlášť celkové výdaje na měsíc za rok 2011.

Tabulka č. 10: Celkové výdaje na měsíc za rok 2011

Celkové výdaje na měsíc za rok 2011	
Výdaje na 6 koní	5 586 Kč
Mzdové výdaje	8 100 Kč
Elektřina	708 Kč
Zemní plyn	964 Kč
Pronájem koní	6 000 Kč
Pojištění	3 000 Kč
Půjčka	5 000 Kč
Minimální odvod sociálního zabezpečení	1 807 Kč
Minimální odvod zdravotního zabezpečení	1 670 Kč
Celkem	32 835 Kč

Výdaje na rok 2012 a začátek roku 2013 jsou vyšší, protože se musí ještě splácet půjčka.

Tabulka č. 11: Celkové výdaje na měsíc za rok 2012, 1. – 2. měsíc 2013

Celkové výdaje na měsíc za rok 2012, 1. – 2. měsíc 2013	
Výdaje na 6 koní	13 080 Kč
Mzdové výdaje	8 100 Kč
Elektřina	708 Kč
Zemní plyn	964 Kč
Pronájem koní	6 000 Kč
Pojištění	3 000 Kč
Půjčka	5 000 Kč
Minimální odvod sociálního zabezpečení	1 807 Kč
Minimální odvod zdravotního zabezpečení	1 670 Kč
Celkem	40 329 Kč

Od března podnikatel není zatížen půjčkou. A může začít podnikat jen s běžnými výdaji.

Tabulka č. 12: Celkové výdaje na měsíc od března 2013

Celkové výdaje na měsíc od března 2013	
Výdaje na 6 koní	13 080 Kč
Mzdové výdaje	8 100 Kč
Elektřina	708 Kč
Zemní plyn	964 Kč
Pronájem koní	6 000 Kč
Pojištění	3 000 Kč
Minimální odvod sociálního zabezpečení	1 807 Kč
Minimální odvod zdravotního zabezpečení	1 670 Kč
Celkem	35 329 Kč

4.3 Příjmy

4.3.1 Popis poskytovaných služeb

- Vyjíždky do přírody

Během vyjíždky do přírody bude klient doprovázen, zkušeným jezdce, který zaručí klientovo bezpečí a zároveň mu bude povinen zodpovědět jakékoli otázky související s péčí o koně a s ježděním samotným. Hodina jízdy v terénu bude stát 200 Kč.

- Výuka jízdy na lonži - jízdárna

Práce na lonži je určená pro začátečníky, ale může přinést mnohé i pro pokročilé jezdce. Jedná se o intenzivní výuku, která je ale zaměřená na získání rovnováhy na hřbetu koně a získání správného sedu. Půlhodiny výuky jízdy na lonži stojí 150 Kč.

- Dětský kroužek

Dětský kroužek je speciální služba. Děti se musí neustále hlídat, aby nedošlo k úrazu. Je nebezpečné nechat děti bez dozoru, neví, co si mohou dovolit kolem koní, nemají dostatečný rozum a jsou roztržité. Dětský kroužek se bude provozovat jen na jízdárně, každé dítě bude jezdit jen půl hodiny, cena výuky je 150 Kč za půl hodiny.

- Dětský pobyt u koní

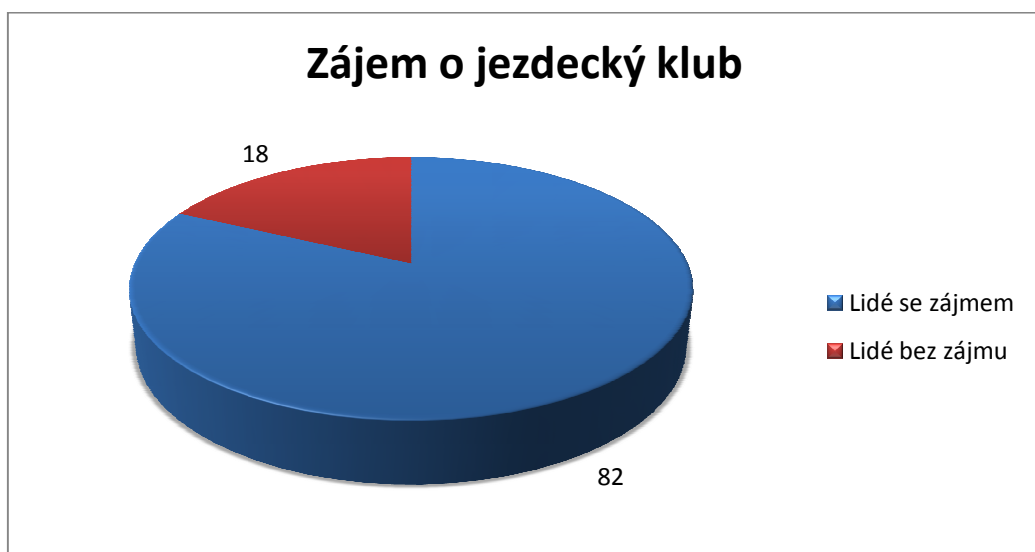
Děti budou mít možnost být týden nepřetržitě u koní. Maximální počet je stanoven na 6 dětí na týden. Budou se zapojovat do každodenní péče o koně, samozřejmě náročnost bude přizpůsobená možnostem dětí, platí to i pro dětský kroužek. Dětem bude poskytnuta základní potřeba (jídlo, pití, hygiena, spaní). Týdenní pobyt stojí 2 500 Kč, bude poskytován jen v období velkých prázdnin (červenec, srpen)

4.3.2 Plán provozu jezdeckého klubu

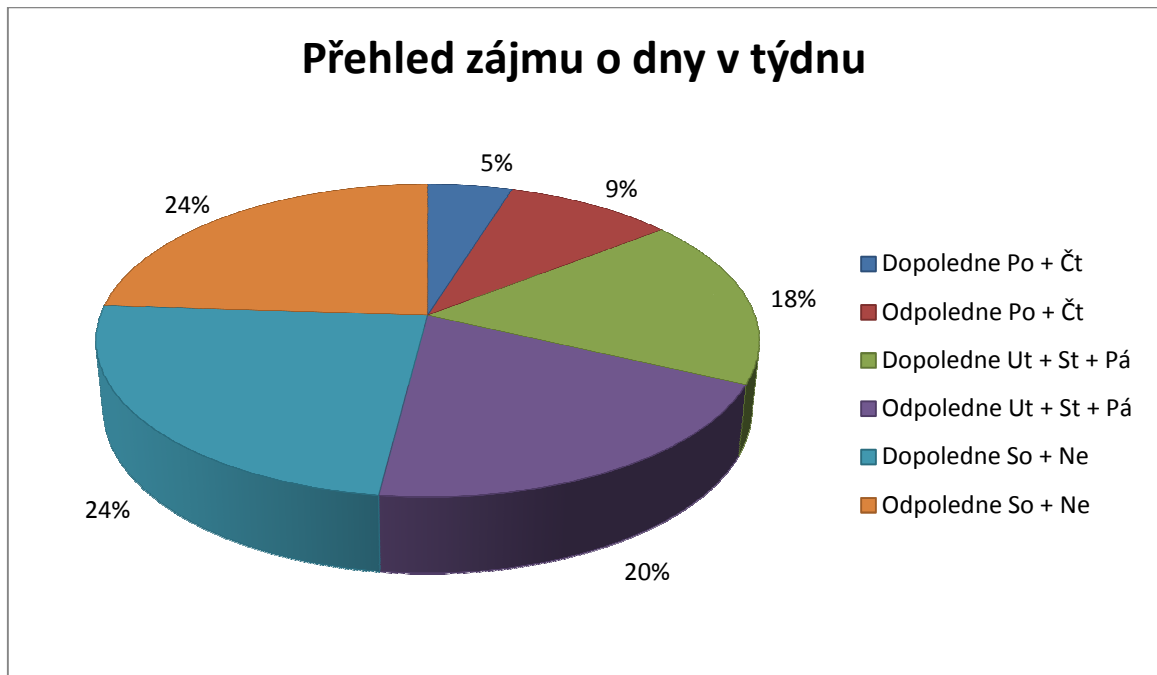
Sestavení provozu je velmi závislé na zájmu zákazníků, ale může se předběžně naplánovat. Do plánu se musí zahrnout i odpočinek koně. Každý kůň bude mít odpočinek dvakrát týdně. Může se to sestavit tak, že jeden den jeden kůň stráví na jízdárně (na lonži), kde se budou zákazníci učit jezdit. A druhý den se tento kůň nevezme na vyjížďku.

Plán provozu je sestavený na základě vyhodnocení dotazníků. Průzkum byl proveden v okolí Dětkovic na akcích zaměřených na koně. Dotazováno bylo 100 lidí.

Obr. č. 2: Graf zájmu o jezdecký klub



Obr. č. 3: Graf přehledu zájmu o dny v týdnu



Z grafu vyplývá, že největší zájem o poskytovanou službu je o víkendu dopoledne i odpoledne. Nejméně chtějí lidé chodit ke koním v pondělí a ve čtvrtek. Na základě vyhodnocení grafu se sestaví plán provozu na týden.

Obr. č. 4: Plán provozu jezdeckého klubu

Pondělí	<ul style="list-style-type: none">• jízda na jednom koni na lonžce, 2 hodiny odpoledne
Úterý	<ul style="list-style-type: none">• jízda pro zkušené<ul style="list-style-type: none">• na 1 koni pojedou personál, na 2 koních pojedou zákazníci, 2 hodiny dopoledne• na 2 koních pojedou personál, na 3 pojedou zákazníci, 2 hodiny odpoledne
Středa	<ul style="list-style-type: none">• jízda pro zkušené<ul style="list-style-type: none">• na 1 koni pojedou personál, na 2 koních pojedou zákazníci, 2 hodiny dopoledne• jízda pro začátečníky<ul style="list-style-type: none">• na 3 koních pojedou personál, na 3 koních zákazníci, 2 hodiny odpoledne
Čtvrtek	<ul style="list-style-type: none">• Dětský kroužek<ul style="list-style-type: none">• kapacita je omezena na 6 dětí, jezdit se bude na jízdárně (lonž), každé dítě půlhodiny odpoledne
Pátek	<ul style="list-style-type: none">• jízda pro zkušené<ul style="list-style-type: none">• na 1 koni pojedou personál, na 2 koních pojedou zákazníci, 2 hodiny dopoledne• na 2 koních pojedou personál a na 3 pojedou zákazníci, 2 hodiny odpoledne
Sobota	<ul style="list-style-type: none">• jízda pro zkušené<ul style="list-style-type: none">• na 2 koních pojedou personál, na 4 koních pojedou zákazníci, 2 hodiny dopoledne• jízda pro začátečníky<ul style="list-style-type: none">• na 3 koních pojedou personál, na 3 koních pojedou zákazníci, 2 hodiny odpoledne
Neděle	<ul style="list-style-type: none">• jízda pro zkušené<ul style="list-style-type: none">• na 2 koních pojedou personál a 4 koních pojedou zákazníci 2 hodiny dopoledne, 2 hodiny odpoledne

Za týden se vydělá 3 500 Kč, za měsíc 54 000 Kč.

4.4 Výše měsíčního příjmu

Bod zvratu

$$Q = \frac{FN}{p-b}$$

FN = fixní výdaje

p = cena za kus

b = variabilní výdaje na kus

Za týden se odjede 65 hodin. Cena za hodinu je 200 Kč nebo 300 Kč (týdně: 5 hodin za 300 Kč, 60 hodin za 200 Kč).

Průměrná cena za hodinu: $13\,500 / 65 = 208$

Rok 2011

$$\text{Bod zvratu: } Q = \frac{32\,835}{208} = 157,86$$

V roce 2011 na pokrytí výdajů se musí za měsíc odjezdit 158 hodin. V průběhu měsíce si podnikatel začne na sebe vydělávat 3. týden v pátek. Měsíční výdělek činí 21 165 Kč.

Rok 2012, 1. a 2. měsíc 2013

$$\text{Bod zvratu: } Q = \frac{40\,329}{208} = 193,89$$

Na pokrytí výdajů se musí za měsíc odjezdit 194 hodin. V průběhu měsíce si podnikatel začne na sebe vydělávat 4. týden v pondělí. Měsíční výdělek činí 13 671 Kč.

Rok 2013 (od března)

$$\text{Bod zvratu: } Q = \frac{35\,329}{208} = 169,85$$

Na pokrytí výdajů se musí za měsíc odjezdit 170 hodin. V průběhu měsíce si podnikatel začne na sebe vydělávat 3. týden v sobotu. Měsíční výdělek činí 18 671 Kč.

ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala založením „Jezdeckého klubu Dětkovice“. Byla definována forma podnikání, cíle podnikání a jak cílů dosáhnout. Byl vypracován přehled postupu založení podniku.

Teoreticky se vymezili všechny potřebné údaje při zpracování podnikatelského plánu. Práce se zaměřila na podnikání formou živnosti.

Praktická část popisuje podnik, produkt, který podnik bude poskytovat. Dále se popisuje marketingový plán, kde jsou uvedeny vytyčené cíle. Cíle byly sestaveny, tak aby byly reálné pro splnění. Plánovaná činnost se musela zhodnotit, jaké má předpoklady pro úspěšné podnikání. Analýza konkurence a trhu byla důležitá pro zjištění o zájem podniku. V práci byl sestaven finanční plán, kde byly popsány všechny výdaje a příjmy.

Z výsledku je zřejmé, že podnikání je uskutečnitelné. První rok výše zisku je nejvyšší z důvodu počáteční zásoby. Další rok je horší, protože se splácí půjčka. Výnosnost po splacení půjčky je průměrná. Podnikatel se rozmyslí po splacení půjčky koupí dalšího koně, případně koní, tak by se výdělek zvýšil.

Přínos práce v rovině teoretické je možné vidět zejména v přehledném uspořádání základních teoretických východisek pro konstrukci praktické části práce.

V rovině praktické je nesporným přínosem zpracování reálného podnikatelského plánu, který bude uskutečněn v nejbližším časovém horizontu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BLAŽKOVÁ, M. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. ISBN 978-80-247-1535-3.
- [2] Co by měl marketingový plán obsahovat [online]. 2010, [cit 2010-1-12]
<<http://www.promarketing.cz/view.php?cislocclanku=2002102803>>
- [3] Co je kalkulace? [online]. 2011, [cit 2011-3-27]
<<http://www.testyzucetnictvi.cz/slovnicek-ucetnich-pojmu.php?pojem=kalkulace>>
- [4] FOTR, J., SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2005. ISBN 80-247-0939-2.
- [5] HISRICH, R. D., PETERS, M. P. *Založení a řízení nového podniku*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-06.
- [6] Kolektiv autorů manažerské školy GOODWILL-GERLICH. *Jak úspěšně podnikat*. 2. vyd. Frýdek-Místek: PLISKA, 1991. ISBN 80-85232-11-1.
- [7] LANG, H. *Manažerské účetnictví: teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005. ISBN 80-7179-419-8.
- [8] NĚMCOVÁ, Petra. *Podnikatelský plán na založení podniku*. Uherské Hradiště, 2010. 14 s. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta logistiky a krizového řízení. Ústav ekonomie.
- [9] PETŘÍK, T. *Ekonomické a finanční řízení firmy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-1046-3.
- [10] RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2008. ISBN 978-80-247-2481-2
- [11] SEDLÁČKOVÁ, H., BUCHTA, K. *Strategická analýza*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-367-1.
- [12] SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kolektiv. *Základy podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada publishing, a. s., 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [13] STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-926-9.

- [14] SYNEK, M. a kolektiv. *Manažerská ekonomika*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. ISBN 978-80-247-1992-4.
- [15] VALACH, J. a kolektiv. *Finanční řízení podniku*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: EKOPRESS, s. r. o., 1999. ISBN 80-86119-21-1.
- [16] VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kolektiv. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. vyd. Praha: Grada publishing, a. s., 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [17] Živnostenský zákon [online]. 2010, [cit 2010-1-3]
<<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

- FN Fixní výdaje.
- P Cena za kus.
- b Variabilní výdaje za kus.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. č. 1: SWOT analýza jezdeckého klubu Dětkovice

Obr. č. 2: Graf zájmu o jezdecký klub

Obr. č. 3: Graf přehledu zájmu o dny v týdnu

Obr. č. 4: Plán provozu jezdeckého klubu

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Rozvaha

Tabulka č. 2: Počáteční rozvaha

Tabulka č. 3: Vstupní výdaje

Tabulka č. 4: Přehled splátek půjčky

Tabulka č. 5: Výpočet výdajů na jednoho koně

Tabulka č. 6: Výpočet výdajů na jednoho koně za rok 2011

Tabulka č. 7: Mzdové výdaje

Tabulka č. 8: Výpočet spotřebované elektrické energie v jezdeckém klubu na měsíc

Tabulka č. 9: Výše výdajů na spotřebu plynu v jezdeckém klub na měsíc

Tabulka č. 10: Celkové výdaje na měsíc za rok 2011

Tabulka č. 11: Celkové výdaje na měsíc za rok 2012, 1. – 2. měsíc 2013

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Dotazník

Dobrý den,

Chtěla bych Vás poprosit o vyplnění tohoto dotazníku, který slouží ke zjištění zájmu o Jezdecký klub Dětkovice (okres Prostějov).

1) Pohlaví:

- žena muž

2) Věk:

- 0-12 13-18 19-26 27-45 46-55 55 a více

3) Máte zájem jezdit na koni?

- ano ne

4) Chcete chodit ke koním pravidelně?

- ano ne

5) Který den v týdnu Vám nejvíce vyhovuje?

- pondělí úterý středa čtvrtek pátek sobota neděle

6) V kterou hodinu chcete chodit?

7) Jak si představujete strávený čas u koní? Chcete jen jezdit nebo chcete i pečovat o koně?

.....
.....
.....
.....

8) Máte zájem o kroužek jízdy na koni pro Vaše děti?

- ano ne

9) Máte zájem o:

- westernové ježdění (otěže se drží jednou rukou, třmenové řemeny jsou dlouhé, sed hluboký, tímto způsobem jezdili kovbojové, kteří trávili v sedle spoustu času)
 rekreační ježdění (vyjížděky na koni do přírody)
 vytrvalostní ježdění (endurance – ježdění, kde se překonávají velké vzdálenosti)
 parkúr (dráha s různými skokovými překážkami s různou obtížností, jezdci mají na koních absolvovat stanovený počet překážek v předepsaném pořadí a časovém limitu)
 dostihy (rychlostní soutěže koní vedených jezdci)
 drežura (základní jezdecká disciplína, jejímž cílem je při prováděných cvičích dosažení maximálního souladu mezi koněm a jezdcem)

10) Kolik jste ochotni zaplatit za hodinu?

11) Máte zájem o ustájení koně?

- ano ne

Pokud ano:

Budete se starat o svého koně sami? Nebo máte zájem o naši péči?

.....
.....
.....

12) Další připomínky a postřehy:

.....
.....
.....
.....
.....