

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA

Podnikateľský plán – založenie jazdeckého centra
Diplomová práca

Autor: Bc. Denisa Kočíčková

Vedúci práce: Ing. Jiří Klvač, CSc.

Olomouc 2012

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Akademický rok: 2010/2011

Studijní program: Filologie
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Odborná francouzština pro hospodářskou praxi
(OFHP)

Podklad pro zadání DIPLOMOVÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
KOČIČKOVÁ Denisa	Murgašova 8, Banská Bystrica	F100555

TÉMA ČESKY:

Podnikatelský plán - založení jezdeckého centra

NÁZEV ANGLICKY:

Business plan - establishing of equitation centre

VEDOUcí PRÁCE:

Ing. Jiří Klvač, CSc. - KAE

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

1. Obecně o podnikání a o zahájení podnikatelské činnosti. 2. Tvorba podnikatelského plánu pro vstup konkrétního podniku na trh. 3. Vyhodnocení projektu (silné a slabé stránky projektu).

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Weber J., Srpová J. a kol: Podnikání malé a střední firmy, Praha: Grada, 2008
Fotr J., Souček I.: Podnikatelský záměr a investiční rozhodování, Praha: Grada Publishing, 2005
Srpová J., Rehoř V.: Základy podnikání, Praha: Grada, 2010

Podpis studenta:


.....

Datum:

18.05.2011

Podpis vedoucího práce:


.....

Datum:

18.05.2011

Čestné prehlásenie

Miestoprísazne prehlasujem, že som diplomovú prácu na tému: „Podnikateľský plán – založenie jazdeckého centra“ vypracovala samostatne pod odborným dohľadom vedúceho diplomovej práce a uviedla som všetky použité podklady a literatúru.

V Olomouci dňa

Podpis.....

Pod'akovanie

Ďakujem vedúcemu diplomovej práce Ing. Jiřímu Klvačovi, CSc. za pomoc a rady pri spracovaní záverečnej diplomovej práce.

Obsah

ÚVOD.....	10
1 Podnikanie a zahájenie podnikateľskej činnosti	13
1.1 Pojem podnikanie	13
1.2 Právna úprava podnikania.....	13
1.2.1 Pramene obchodného práva	14
1.2.2 Podnikateľ.....	17
1.2.3 Obchodné meno podnikateľa (firma).....	18
1.2.4 Sídlo (miesto) konania podnikateľa.....	19
1.2.5 Predmet podnikania (činnosti) podnikateľa.....	20
1.2.6 Podnik	20
1.2.7 Konanie podnikateľa.....	21
1.2.8 Účtovníctvo podnikateľa	22
1.2.9 Registrácia podnikateľských subjektov	22
1.3 Právne formy podnikania.....	24
1.4 Stav poznania odboru.....	26
2 Podnikateľský plán a zdroje financovania podnikateľskej činnosti	27
2.1 Podnikateľský plán	27
2.1.1 Zásady pre vypracovanie podnikateľského plánu.....	27
2.1.2 Príprava podnikateľského plánu	28
2.2 Štruktúra podnikateľského plánu	29
2.2.1 Titulná strana	29
2.2.2 Zhrnutie.....	29
2.2.3 Popis podniku	30
2.2.4 Analýza okolia firmy	30
2.2.5 Produkty (výrobky alebo služby).....	31

2.2.6	Organizačná štruktúra podniku	32
2.2.7	Obchodný plán	32
2.2.8	Marketingový plán	32
2.2.9	Finančný plán	34
2.2.10	Hodnotenie rizík, slabých a silných stránok projektu	35
2.3	Zdroje financovania podnikateľskej činnosti	36
2.3.1	Zakladateľský rozpočet	36
3	Prehľad teoretických poznatkov	39
3.1	Cestovný ruch	39
3.1.1	Služby v cestovnom ruchu	39
3.2	Vidiecka turistika	40
3.3	Agroturistika	40
3.4	Finančné programy pre podporu rozvoja agroturistiky	41
3.4.1	Program rozvoja vidieka na roky 2007-2012	41
3.4.2	Národné dotácie Ministerstva zemědělství ČR	41
3.5	Jazdectvo	41
3.5.1	História jazdy na koni	41
3.5.2	Jazdecký šport	43
3.5.3	Jazdecké disciplíny	43
3.5.4	Ustajnenie koní	46
4	Titulná strana	49
5	Zhrnutie	50
6	Popis podniku	52
6.1	Vízia, ciele a stratégia podniku	52
6.2	Voľba právnej formy podniku	53
6.3	Výber vhodnej lokality pre umiestnenie podniku	54
6.4	Plánovaný obraz podniku	55

7 Analýza okolia firmy	56
7.1 Analýza makrookolia.....	56
7.1.1 Politické faktory.....	56
7.1.2 Legislatívne faktory	57
7.1.3 Ekonomické faktory.....	58
7.2 Analýza mikrookolia.....	60
7.2.1 Analýza odvetvia	60
7.2.2 Analýza konkurencie	62
7.2.3 Analýza zákazníkov	69
8 Produkty (služby) podniku.....	70
8.1 Ustajňovanie koní	70
8.2 Výcvik jazdcov (jazdecká škola)	71
8.3 Výcvik koní.....	71
8.4 Športové podujatia	72
8.5 Odborné semináre a sústredenia	72
8.6 Firemné akcie.....	72
8.7 Vedľajšie služby	73
9 Organizačná štruktúra podniku	74
10 Obchodný plán.....	76
10.1 Nákup budov a pozemkov	76
10.2 Rekonštrukcia a výstavba areálu.....	76
10.3 Obstaranie iného hmotného majetku	77
10.4 Obstaranie obežného majetku.....	77
10.5 Predpokladané tržby z predaja služieb.....	79
10.5.1 Tržby z ustajnenia koní a doplnkových služieb.....	79
10.5.2 Tržby z výcviku jazdcov	79
10.5.3 Tržby z výcviku koní	80

11 Marketingový plán.....	81
11.1 Segmentácia trhu.....	81
11.1.1 Geografické kritérium.....	81
11.1.2 Demografické kritérium.....	81
11.1.3 Psychografické kritérium.....	82
11.2 Produkt.....	82
11.2.1 Ustajnenie koní	82
11.2.2 Výcvik jazdcov (jazdecká škola)	83
11.2.3 Výcvik koní.....	83
11.3 Cena	84
11.4 Propagácia.....	84
11.5 Ľudský faktor	85
11.6 Partnerstvá	85
12 Finančný plán.....	86
12.1 Rozpočet potreby štartovného kapitálu.....	86
12.1.1 Finančné prostriedky nutné k založeniu firmy	86
12.1.2 Finančné prostriedky na obstaranie dlhodobého majetku.....	87
12.1.3 Finančné prostriedky potrebné na obstaranie obežného majetku	87
12.1.4 Finančné prostriedky potrebné na zahájenie podnikateľskej činnosti	88
12.1.5 Rozpočet potreby štartovného kapitálu celkom.....	88
12.2 Otváracia súvaha.....	89
12.3 Plán nákladov, výnosov a hospodárskeho výsledku.....	90
12.3.1 Vstupné náklady	90
12.3.2 Fixné náklady (mesačné)	91
12.3.3 Variabilné náklady (mesačné)	92
12.3.4 Plán výnosov (tržieb zo služieb).....	92
12.3.5 Plánovaný výkaz zisku a straty.....	93

12.4 Výkaz peňažných tokov	94
13 Hodnotenie rizík, slabých a silných stránok projektu.....	96
13.1 Hodnotenie rizík	96
13.2 Hodnotenie slabých a silných stránok projektu, SWOT analýza.....	96
ZÁVER	98
Summary	100
Zoznam použitej literatúry	101
Zoznam tabuliek	103
Zoznam grafov a schém.....	104
Zoznam príloh.....	105
Prílohy.....	106

ÚVOD

V dnešnej dobe, napriek prebiehajúcej hospodárskej kríze stále narastá počet malých a stredných podnikateľov. Mladí ľudia, najmä ak majú dostatok kapitálu preferujú vlastné podnikanie ako formu zárobku pred prácou pre zamestnávateľa. Láka ich najmä flexibilný pracovný čas, vidina väčšieho zárobku a predstava „byť sám sebe pánom“. Mnoho z nich však bohužiaľ často podľahne počiatocnému entuziazmu, podcení dôkladnú prípravu podnikateľského zámeru a nespracuje svoj podnikateľský zámer do písomnej podoby podnikateľského plánu.

Podnikateľský plán pomáha podnikateľovi ujasniť si svoje zámery do budúcnosti a je základným dokumentom pri žiadostiach o poskytnutie finančných prostriedkov na zahájenie podnikateľskej činnosti alebo k uskutočneniu určitých podnikateľských zámerov už existujúcej firmy. Chýbajúci či nedostatočný podnikateľský plán tak môže byť príčinou možného podnikateľského neúspechu.

V poslednom čase rapídne vzrastá záujem o aktívny odpočinok v prírode. Jazda na koni je jeho veľmi dobrým príkladom. Pre rekreačných jazdcov s kladným vzťahom k zvieratám predstavuje dokonalý únik od pracovných povinností a každodenných starostí. Pre aktívnych jazdcov najmä v mladom veku predstavuje aktívne využívanie voľného času. Jazdectvo na športovej úrovni je však veľmi náročným športom, kde jazdec musí preukázať veľa fyzickej aj psychickej odolnosti. Sebazaprenie a výdrž však bývajú odmenené dobrým pocitom a šťastím z dokonalej súhry človeka s koňom. Veď nie nadarmo sa hovorí, že „najkrajší pohľad na svet je zo sedla koňa“ .

Osobne sa jazdectvu venujem od detstva, zažila a videla som už preto veľké množstvo domácich aj zahraničných jazdeckých areálov. Z osobnej skúsenosti môžem povedať, že u nás sa bohužiaľ mnoho jazdeckých areálov nemôže popýšiť dokonalými podmienkami na výcvik jazdcov a koní. Tento nedostatok je však vo veľkej miere spôsobený nedostatkom finančných prostriedkov ako na strane podnikateľov v tomto odvetví, tak na strane zákazníkov, ktorý za služby na vyššej úrovni nie sú schopní dostatočne zaplatiť. Problém však nevidím len na strane podnikateľov v oblasti jazdeckých služieb a športu u nás, ale aj v celkovej organizácii jazdeckého športu na národnej úrovni alebo v nedostatočnej dotačnej politike a podpore športovcov od štátu. V porovnaní najmä so západnými štátmi ako je Nemecko alebo Francúzsko máme v tejto oblasti stále čo doháňať. Skvalitnenie jazdeckých služieb a jazdeckého športu

však musí vychádzať aj od samotných poskytovateľov jazdeckých služieb. Preto som si za tému svojej diplomovej práce vybrala tvorbu podnikateľského plánu pre založenie moderného jazdeckého areálu, ktorý chce poskytovať komplexné profesionálne služby a prispieť tak k pozdvihnutiu jazdeckého športu u nás.

Cieľom diplomovej práce je vytvoriť podnikateľský plán jazdeckého areálu, ktorý má slúžiť najmä na získanie finančných prostriedkov na vybudovanie areálu a zahájenie jeho podnikateľskej činnosti.

Pri tvorbe diplomovej práce som použila najmä metódu získavania poznatkov z odbornej literatúry, definíciu pojmov, metódu popisu, analýzu makrookolía, analýzu mikrookolía a SWOT analýzu. Diplomová práca je rozdelená na teoretickú a praktickú časť.

V teoretickej časti práce sa budem najskôr zaoberať teoretickým vymedzením pojmov z oblasti obchodného a podnikateľského práva, s ktorými by mal byť oboznámený každý podnikateľ či už pri samotnom podnikaní alebo zakladaní firmy. Na tomto mieste bude uvedený aj stručný prehľad autorov venujúcich sa problematike obchodného a podnikateľského práva a procesu tvorby podnikateľského plánu. V druhej kapitole teoretickej časti sa budem zaoberať pojmom podnikateľský plán, zásadami pre jeho úspešné vytvorenie a obsahom základných častí podnikateľského plánu. V závere praktickej časti práce bude čitateľ uvedený do problematiky agroturistiky a oboznámený so základnými pojmi chovu koní a jazdy na koni.

V praktickej časti diplomovej práce vytvorím komplexný podnikateľský plán na založenie jazdeckého klubu a vybudovanie jazdeckého areálu. Podnikateľský plán obsahuje všetky jeho časti od dôkladného popisu podniku a jeho služieb, analýzy okolia podniku, ďalej obchodný, marketingový a finančný plán a v závere hodnotenie rizík a slabých a silných stránok projektu.

TEORETICKÁ ČASŤ

1 Podnikanie a zahájenie podnikateľskej činnosti

1.1 Pojem podnikanie

Pojem podnikanie môžeme podľa Vebera a kol. (2008), interpretovať z viacerých hľadísk a to najmä z ekonomického, sociologického, psychologického a právnického hľadiska.

Ekonomické hľadisko interpretuje pojem podnikanie ako zapojenie ekonomických zdrojov a iných aktivít tak, aby sa zvýšila ich pôvodná hodnota. Je to dynamický proces vytvárania pridanej hodnoty.

Psychologické hľadisko interpretuje podnikanie ako činnosť motivovanú potrebou niečo získať, niečo dosiahnuť, niečo si vyskúšať alebo niečo splniť. Podnikanie je vlastne prostriedok k dosiahnutiu seberealizácie, postaveniu sa na vlastné nohy.

Sociologické hľadisko vysvetľuje pojem podnikanie ako vytváranie blahobytu pre všetky zainteresované strany, hľadanie cesty k dokonalejšiemu využitiu zdrojov, vytváranie pracovných miest a príležitostí.

Právnické hľadisko nájdeme v obchodnom zákonníku, ktorý v § 2 odst. 1 uvádza, že podnikaním sa rozumie sústavná činnosť vykonávaná samostatne podnikateľom vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku.

1.2 Právna úprava podnikania

Právny systém Českej republiky patrí ku kontinentálnemu systému práva. Pre tento systém práva je charakteristické rozdelenie práva na právo verejné a právo súkromné. Rozdiel medzi právom verejným a právom súkromným vyjadril už starorímsky právnik Ulpianus: „Verejné právo je to, ktoré vyjadruje záujmy štátu a súkromné, ktoré vyjadruje záujmy jednotlivcov.“

Ako uvádza Hudec a Hudecová (2010), oblasť právnej úpravy podnikateľov a podnikania patrí do práva súkromného (najmä obchodného), ale aj do práva verejného, ktoré určuje podmienky podnikania z hľadiska celospoločenských záujmov.

1.2.1 Pramene obchodného práva

Prameňmi práva rozumieme právne normy, ktoré upravujú určité spoločenské vzťahy a sú vyjadrené v normatívnych právnych aktoch (zákon, vyhláška).

1.2.1.1 Normatívne právne akty a normatívne zmluvy

A. Listina základných práv a slobôd

Listina základných práv a slobôd je súčasťou ústavného poriadku Českej republiky, má teda najvyššiu právnu silu a ústavne zaručuje práva, ktoré sú v nej zakotvené.

V čl. 11 Listina zakotvuje právo vlastníť majetok, čo je veľmi významné pre správne fungovanie tržného systému. Zásahy alebo obmedzenie vlastníckeho práva sú možné iba v nevyhnutnej miere a vo verejnom záujme, na základe zákona, za primeranú náhradu.

Ďalej Listina v čl. 26 priznáva každému právo na slobodnú voľbu povolania a prípravu naň, ako aj právo podnikat' a uskutočňovať inú hospodársku činnosť.

B. Obchodný zákonník

Základným prameňom obchodného práva je v Českej republike zákon č. 513/1991 Sb., obchodný zákonník.

V § 1 odst. 1 obchodný zákonník vymedzuje rozsah svojej pôsobnosti nasledovne: „Tento zákon upravuje postavenie podnikateľov, obchodné záväzkové vzťahy, ako aj niektoré iné vzťahy súvisiace s podnikaním.“

Obchodný zákonník sa skladá zo 4 častí, ktoré sú ďalej členené na hlavy, diely a oddiely.

Časť prvá „*Všeobecné ustanovenia*“ vymedzuje niektoré inštitúty obchodného práva ako obchodné tajomstvo, obchodný register, účtovníctvo podnikateľov, hospodárska súťaž, pojmy ako podnikateľ, podnikanie, podnik, obchodný majetok, obchodné imanie a pod.

Časť druhá „*Obchodné spoločnosti a družstvo*“ upravuje jednotlivé druhy obchodných spoločností.

Časť tretia „*Obchodné záväzkové vzťahy*“ upravuje jednotlivé zmluvné typy a základné inštitúty obchodného záväzkového práva.

Časť štvrtá obsahuje „*Ustanovenia spoločné, prechodné a záverečné*“.

C. Občiansky zákonník

Vzťah občianskeho a obchodného práva definuje § 1 odst. 2 obchodného zákonníka ktorý hovorí, že ak niektoré otázky obchodného práva nie je možné riešiť podľa ustanovení obchodného zákonníka riešia sa podľa predpisov práva občianskeho

Podľa Suchožu a kol. (2009), podporné použitie občianskeho zákonníka prichádza do úvahy najmä v prípade inštitútov, ktoré obchodný zákonník vôbec neupravuje, avšak ktoré používa pričom úprava týchto inštitútov je komplexne obsiahnutá v občianskom zákonníku (napr. vlastníctvo, právna subjektivita, zastúpenie, plnomocenstvo, dedenie, výpoveď a iné. Podporné použitie občianskeho zákonníka však neprichádza do úvahy pri tých inštitútoch, ktoré obchodný zákonník upravuje komplexne (napr. ručenie, premlčanie, kúpna zmluva, zmluva o dielo) a občiansky zákonník obsahuje takisto komplexnú úpravu týchto inštitútov.

D. Iné normatívne právne akty

Mnohé otázky obchodného práva sú upravené samostatnými zákonmi. Najvýznamnejším predpisom verejného práva je zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon).

Z ďalších právnych predpisov môžeme spomenúť napríklad zákon č.105/1990 Zb. o súkromnom podnikaní občanov, zákon č. 563/1991 Sb. o účtovníctve, zákon č. 254/2000 Sb., o audítoroch, daňové zákony.

1.2.1.2 Obchodné zvyklosti

Ustanovenie § 1 odst. 2 obchodného zákonníka hovorí, že obchodné zvyklosti sa použijú na posúdenie právnych vzťahov týkajúcich sa postavenia podnikateľov, obchodných záväzkových vzťahov, ako aj niektorých záväzkových vzťahov súvisiacich s podnikaním v prípade, ak tieto vzťahy nemožno posúdiť podľa obchodného zákonníka alebo ak ich nemožno riešiť podľa predpisov občianskeho práva.

1.2.1.3 Zásady obchodného zákonníka

Obchodný zákonník v § 1 odst. 2 ustanovuje aplikačnú hierarchiu použitia prameňov obchodného práva tak, že ako prvé sa aplikujú predpisy obchodného zákonníka, v prípade, že nie je možné použiť tieto predpisy, použijú sa predpisy občianskeho práva. Ak niet pre určitý prípad ani predpisov občianskeho práva budú sa posudzovať podľa obchodných zvyklostí. V štvrtom rade potom nasledujú zásady alebo princípy obchodného práva, ktoré sa použijú v prípade, že ani obchodné zvyklosti pre tento prípad neexistujú.

Suchoža a kol. (2009), uvádza nasledujúce zásady obchodného práva :

Na prvom mieste v oblasti obchodného práva pôsobia zásady, ktoré by bolo možné vyvodit' z textu (obsahu noriem) obchodného zákonníka, prípadne predpisov obchodného práva. Sú to najmä:

- zásada slobody podnikania
- zásada zmluvnej voľnosti

- zásada záväznosti zmlúv a iných dohôd
- zákaz nekalej súťaže či konanie v rozpore s dobrými mravmi súťaže
- zákaz obmedzovania hospodárskej súťaže
- zásada poctivého obchodného styku (férového obchodu)

Zásady obchodného práva je však ďalej podľa Suchožu a kol. (2009) treba chápať aj v kontexte širšie koncipovaných všeobecných právnych zásad presahujúcich rámec obchodného zákonníka. Sú to najmä:

- zásada dobromyseľnosti a čestnosti v medzinárodnom obchode
- hľadisko praxe, ktorú si strany medzi sebou zaviedli
- zásada nikomu neškodiť
- ochrana dôverných informácií pri uzatváraní obchodných zmlúv
- zodpovednosť za *insider trading* (zneužitie informácií zasvätených osôb pri transakciách a akciami)

1.2.1.4 Medzinárodné zmluvy normatívnej povahy

Medzinárodné zmluvy normatívnej povahy majú prednosť pred vnútroštátnymi prameňmi obchodného práva. Patria k nim aj pramene európskeho komunitárneho práva, najmä početné nariadenia a smernice.

1.2.2 Podnikateľ

Podľa § 2 odst. 2 obchodného zákonníka podnikateľom je:

- a) osoba zapísaná v obchodnom registri,
- b) osoba, ktorá podniká na základe živnostenského oprávnenia,
- c) osoba, ktorá podniká na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov,

d) osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa osobitného predpisu

Ad b) osoba podnikajúca na základe živnostenského oprávnenia

Podmienky vykonávania živností upravuje zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon), ktorí v § 2 stanoví, že živnosťou je sústavná činnosť prevádzkovaná samostatne, vo vlastnom mene, na vlastnú zodpovednosť, za účelom dosiahnutia zisku a za podmienok stanovených živnostenský zákonom. Živnosti môžu prevádzkovať buď fyzické osoby, ktoré sú potom označované názvom živnostník, alebo právnické osoby, ktoré sa spolu so živnostníkmi označujú ako podnikatelia.

Živnostenský zákon pozná rôzne druhy živností. Delí ich napríklad na koncesované a ohlasovacie, pričom ohlasovacie živnosti sa ďalej delia na remeselné, viazané a voľné živnosti. Z hľadiska predmetu podnikania rozlišuje živnostenský zákon živnosti obchodné, výrobné a živnosti poskytujúce služby.

Všeobecnými podmienkami prevádzkovania živnosti, ktoré musí fyzická osoba splniť, aby jej mohlo byť vydané oprávnenie na prevádzkovanie živnosti (živnostenský list alebo koncesná listina) sú:

- dosiahnutie veku 18 rokov
- spôsobilosť na právne úkony
- bezúhonnosť.

1.2.3 Obchodné meno podnikateľa (firma)

Obchodnou firmou podnikateľa sa podľa obchodného zákonníka rozumie názov, pod ktorým je podnikateľ zapísaný do obchodného registra. Podnikateľ je povinný vykonávať právne úkony pod svojou firmou.

Firmou podnikateľa - fyzickej osoby, nezapísanej do obchodného registra je jeho meno a priezvisko. Toto meno môže obsahovať dodatok odlišujúci osobu podnikateľa („starší“, „mladší“) alebo druh podnikania („kamenár“, „kováč“ a pod.).

Firmou obchodných spoločností a družstva je názov, pod ktorým sú zapísané v obchodnom registri. Súčasťou týchto obchodných spoločností je dodatok označujúci ich právnu formu (napr. v.o.s, k.s., s.r.o., a.s.).

Firma nesmie byť zameniteľná s firmou iného podnikateľa (zásada nezameniteľnosti obchodného mena) a nesmie vzbudzovať klamlivú predstavu o podnikateľovi alebo o predmete podnikania (zásada pravdivosti obchodného mena). (Suchoža a kol., 2009)

1.2.4 Sídlo (miesto) konania podnikateľa

Okrem administratívnych úkonov spojených so založením podniku rieši podnikateľ pri zahájení podnikateľskej činnosti aj otázku priestorov pre svoje podnikanie.

Miestom podnikania fyzickej osoby je podľa obchodného zákonníka adresa, ktorá je zapísaná ako miesto podnikania fyzickej osoby v obchodnom registri, v živnostenskom registri alebo v inej evidencii.

Sídlom podnikania právnickej osoby je podľa obchodného zákonníka adresa, ktorá je ako sídlo zapísaná v obchodnom registri.

Právnická aj fyzická osoba musia preukázať, že majú k miestu alebo sídlu podnikania vlastnícke alebo užívacie právo, alebo súhlas vlastníka miesta (sídla) podnikania so zápisom do príslušnej evidencie.

Vlastnícke právo k majetku je zaručené Listinou základných práv a slobôd. Občiansky zákonník ďalej konkretizuje konkrétne oprávnenia vlastníka. Vlastník je oprávnený v medziach zákona predmet svojho vlastníctva držať, užívať, požívať jeho plody a úžitky a nakladať s ním. Pri výkone svojich oprávnení musí však vlastník rešpektovať vlastnícke práva iných vlastníkov a susedské práva. Vlastníctvo vecí je možné nadobudnúť kúpnu, darovacou, alebo inou zmluvou, dedením, rozhodnutím štátneho orgánu, alebo na základe iných skutočností ustanovených zákonom.

Nájomné právo pozemkov alebo nebytových priestorov upravuje zákon č.116/1990 Sb. o nájme a podnájme nebytových priestorov. Nájom priestorov na podnikanie je spravidla využívaný začínajúcimi podnikateľmi, ktorí nemajú dostatok finančných prostriedkov na kúpu priestorov do súkromného vlastníctva. Nájom

podnikateľských priestorov je však z dlhodobého hľadiska menej výhodný ako vlastníctvo podnikateľských priestorov.

Všetky informácie o nehnuteľnostiach, ich súpis a popis, geometrické určenie ako aj údaje o právach k týmto nehnuteľnostiam (predkupnom práve, záložnom práve, vlastníckych právach a podobne) nájdeme v informačnom systéme nazvanom kataster nehnuteľností.

1.2.5 Predmet podnikania (činnosti) podnikateľa

Podľa Suchožu a kol. (2009), pri tvorbe podnikateľského zámeru podnikateľ hľadá segment trhu, na ktorom by sa dokázal presadiť. Podnikateľ si pri tom na podnikanie nemôže vybrať akúkoľvek činnosť, ale len takú, na výkon ktorej získa oprávnenie (povolenie, licenciu, koncesnú listinu, živnostenské oprávnenie). Pod pojmom predmet podnikania podnikateľa sa rozumie súbor oprávnení podnikateľa na výkon podnikateľských činností.

Predmet podnikania obchodnej spoločnosti je ako uvádza Suchoža a kol. (2009), podstatnou časťou spoločenskej zmluvy. Oprávnenie vykonávať tieto činnosti podnikateľským spôsobom však obchodná spoločnosť získa až svojím vznikom t.j. zápisom do obchodného registra. Spoločnosť s ručením obmedzeným a akciová spoločnosť môžu byť založené aj na iný účel, než na podnikanie (napr. na charitatívnu, kultúrnu, športovú činnosť a pod.) V takomto prípade spoločnosť nemá predmet podnikania, ale predmet činnosti.

1.2.6 Podnik

Definíciu pojmu podnik môžeme nájsť v ekonomickej aj právnickej literatúre. Z ekonomického hľadiska Kupkovič a kol. (2001), vymedzuje podnik ako ekonomicky a právne samostatnú podnikateľskú jednotku, existujúcu za účelom podnikania. Základnými znakmi podniku sú tak kombinácia výrobných faktorov, hospodárnosť podnikateľských činností a finančná rovnováha.

Obchodný zákonník v § 5 definuje „podnik“ nasledovne : „Podnikom sa na účely tohto zákona rozumie súbor hmotných, ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania. K podniku patria veci, práva a iné majetkové hodnoty, ktoré patria podnikateľovi a slúžia na prevádzkovanie podniku alebo vzhľadom na svoj charakter majú tomuto účelu slúžiť.“

Hmotnými zložkami sa v tomto prípade rozumejú najmä: stroje, výrobné zariadenia, budovy, zariadenie kancelárií, dopravné prostriedky a pod.

Osobnými zložkami podniku sú napr. kvalifikačná štruktúra a odborná úroveň zamestnancov.

Nehmotné zložky podniku sú napr. obchodné meno, obchodné tajomstvo, ochranné známky a iné autorské a priemyselné práva.

1.2.7 Konanie podnikateľa

Právnu úpravu konania fyzických a právnických osôb nájdeme v občianskom zákonníku. Obchodný zákonník upravuje konanie podnikateľa v obchodných vzťahoch. Táto právna úprava stanovuje, ktoré osoby môžu prejavovať vôľu v mene podnikateľa a aké právne úkony môžu v jeho mene činiť tak, aby z týchto právnych úkonov bol zviazaný sám podnikateľ.

Podnikateľ – fyzická osoba koná osobne, alebo za neho koná zástupca. Predpokladom osobného konania je spôsobilosť podnikateľa - fyzickej osoby k právnym úkonom. Z právnych úkonov je podnikajúca fyzická osoba zviazaná aj oprávnená vždy osobne.

Podnikateľ – právnická osoba koná štatutárnym orgánom alebo za neho koná zástupca. Podľa občianskeho zákonníka právne úkony právnickej osoby vo všetkých veciach robia tí, ktorí sú na to oprávnení zmluvou o zriadení právnickej osoby, zakladacou listinou alebo zákonom (štatutárne orgány). Za právnickú osobu môžu robiť právne úkony aj iní jej pracovníci alebo členovia, pokiaľ je to určené vo vnútorných predpisoch právnickej osoby alebo je to vzhľadom na jej pracovné zaradenie obvyklé. Ak tieto osoby prekročia svoje oprávnenie, vznikajú práva a povinnosti právnickej osobe, len pokiaľ sa právny úkon týka predmetu činnosti právnickej osoby a len vtedy, ak ide o prekročenie, o ktorom druhý účastník nemohol vedieť.

Kto je štatutárnym orgánom právnickej osoby určujú právne predpisy. Tak napr. štatutárnym orgánom spoločnosti s ručením obmedzeným je jeden alebo viac konateľov, ktorých menuje do funkcie najvyšší orgán spoločnosti, ktorým je valné zhromaždenie.

Konkrétna identifikácia osôb, ktoré sú štatutárnym orgánom právnickej osoby je uvedená vo vnútorných predpisoch právnickej osoby (spoločenská zmluva alebo stanovy). Kto je štatutárnym orgánom právnickej osoby a jeho údaje sú predmetom zápisu do obchodného registra.

Za fyzickú osobu – podnikateľa ako aj štatutárny orgán právnickej osoby môže konať právne úkony aj zástupca. Zástupcom je podľa občianskeho zákonníka ten, kto je oprávnený konať za iného v jeho mene. Zo zastúpenia pritom vznikajú právne povinnosti priamo zastúpenému. Zastúpenie vzniká na základe zákona alebo rozhodnutia štátneho orgánu (povinné zákonné zastúpenie) alebo na základe dohody o plnomocenstve (zastúpenie zmluvné). V plnej moci, ktorú udelí splnomocniteľ splnomocnencovi musí splnomocniteľ uviesť rozsah splnomocnencovho oprávnenia. V obchodných vzťahoch sa plná moc udeľuje spravidla písomne.

1.2.8 Účtovníctvo podnikateľa

Obchodný zákonník upravuje účtovníctvo podnikateľov v §§ 39 až 40. Táto právna úprava však viac menej len odkazuje na úpravu osobitných zákonov. Osobitným zákonom je v tomto prípade najmä zákon č.536/1991 Sb., o účtovníctve.

1.2.9 Registrácia podnikateľských subjektov

V Českej republike sú podľa platnej právnej úpravy vedené tieto druhy registrov podnikateľských subjektov :

- a) obchodný register
- b) živnostenský register
- c) evidencie, zoznamy, či inak označené registre osôb a činností podľa osobitných zákonov
- d) evidencia fyzických osôb vykonávajúcich poľnohospodársku výrobu.

Ad a) Právnu úpravu obchodného registra nájdeme v súčasnosti v obchodnom zákonníku, ktorý definuje obchodný register ako verejný zoznam zákonom ustanovených údajov o podnikateľoch. Jeho súčasťou je aj zbierka zákonom ustanovených listín. Obchodný register je v Českej republike vedený v elektronickej podobe. Obchodný register vedie registrový súd, ktorý je k tomu určený osobitným právnym predpisom.

Do obchodného registra sa v Českej republike zapisujú :

- obchodné spoločnosti a družstvá,
- iné právnické osoby o ktorých to ustanovujú osobitné zákony,
- zahraničné osoby podnikajúce na území ČR,
- fyzická osoba - podnikateľ, ktorej príjmy presiahli za dve po sebe bezprostredne nasledujúce účtové obdobia čiastku 120 miliónov Kč,
- európske právne formy podnikania.

Do obchodného registra sa môže zapísať na vlastnú žiadosť aj fyzická osoba - podnikateľ.

Ad b) Živnostenský register je informačným systémom verejnej správy, ktorého správcom je živnostenský úrad Českej republiky a vedú ho obecné a krajské živnostenské úrady. Živnostenský register je vedený v elektronickej podobe a je verejným zoznamom. Sú v ňom evidovaní podnikatelia, ktorí majú živnosť v územnom obvode pôsobnosti živnostenského úradu. Každý má právo nahliadať do verejnej časti živnostenského registra a požadovať z nej výpis. Registrácia v živnostenskom registri sa realizuje buď na základe ohlásenia živnosti, alebo na základe žiadosti o vydanie koncesie.

1.3 Právne formy podnikania

Obchodný zákonník rozlišuje podnikanie fyzických osôb a podnikanie právnických osôb.

Fyzická osoba podniká na základe:

- živnostenského oprávnenia (živnostenský list, koncesná listina),
- zápisu do obchodného registra (na vlastnú žiadosť alebo ak tak stanoví osobitný zákon),
- iného oprávnenia podľa osobitného právneho predpisu,
- zápisu do evidencie podľa osobitného predpisu v prípade samostatne hospodáriaceho poľnohospodára.

Právnická osoba môže podľa obchodného zákonníka podnikat' vo forme obchodnej spoločnosti alebo družstva. Obchodné spoločnosti tradične delíme na osobné a kapitálové.

Suchoža a kol.(2009), k problematike obchodných spoločností uvádza, že medzi osobné obchodné spoločnosti zaraďujeme verejnú obchodnú spoločnosť, ktorá je „čistou“ obchodnou spoločnosťou, a komanditnú spoločnosť, ktorá obsahuje aj prvky kapitálovej spoločnosti. Typicky kapitálovou spoločnosťou je akciová spoločnosť a kapitálovou spoločnosťou s prvkami osobnej spoločnosti je spoločnosť s ručením obmedzeným.

Osobné obchodné spoločnosti sa podľa Suchožu a kol. (2009), vyznačujú osobnou účasťou spoločníkov na riadení spoločnosti. Spoločníci okrem vlastných schopností a zručností nemusia vložiť do spoločnosti žiadny vklad. Za záväzky osobnej obchodnej spoločnosti však spoločníci ručia celým svojim majetkom spoločne a nerozdielne. Naproti tomu cieľom založenia kapitálovej obchodnej spoločnosti je vytvorenie kapitálu na realizáciu podnikateľského zámeru. Riadenie kapitálových spoločností je prenechané orgánom spoločnosti a ručenie spoločníkov za záväzky

spoločnosti je obmedzené alebo žiadne. Spoločníci majú vkladovú povinnosť, sú povinný vložiť do spoločnosti určitý kapitál.

Spoločné znaky obchodných spoločností:

- sú právnickými osobami s vlastnou právnou subjektivitou, odlišnou od právnej subjektivity spoločníkov, ktorú nadobúdajú zápisom do obchodného registra,
- sú združeniami osôb,
- sú vytvárané na zmluvnom základe,
- sú zakladané na konkrétny, predovšetkým podnikateľský účel (a.s. a s.r.o. môžu byť založené aj na iný než podnikateľský účel napr. charitatívny, športový a podobne),
- sú podnikateľmi,
- vznikajú zápisom do obchodného registra. Vzniku obchodnej spoločnosti predchádza založenie obchodnej spoločnosti zakladateľským dokumentom (zakladateľská zmluva alebo zakladateľská listina).

Spoločnosť s ručením obmedzeným je v súčasnosti najrozšírenejšou formou podnikania vo väčšine európskych krajín. Spoločnosť s ručením obmedzeným je kapitálovou spoločnosťou s niekoľkými prvkami osobnej spoločnosti.

Právnu úpravu s.r.o. nájdeme v obchodnom zákonníku. Základné imanie spoločnosti je tvorené vkladmi spoločníkov. Okrem základného imania má spoločnosť s ručením obmedzeným povinnosť vytvárať aj rezervný fond. Hodnota základného imania spoločnosti musí byť aspoň 200 000 Kč, pričom hodnota vkladu jedného spoločníka musí byť aspoň 20 000 Kč. Spoločnosť môže založiť aj jedna osoba, maximálny počet spoločníkov je 50.

Spoločnosť s ručením obmedzeným má podľa obchodného zákonníku povinnosť vytvoriť rezervný fond v dobe a vo výške určenej v spoločenskej zmluve. Ak nie je rezervný fond vytvorený už pri vzniku spoločnosti, je spoločnosť povinná vytvoriť ho z čistého zisku vykazaného v účtovej závierke za rok, v ktorom po prvý krát vytvorila čistý zisk, a to vo výške najmenej 10% z čistého zisku, avšak nie viac ako 5% hodnoty základného imania. O použití rezervného fondu rozhodujú konatelia, ak nejde prípady

kedy zákon zveruje toto rozhodnutie valnému zhromaždeniu. Rezervný fond do výšky 10% základného imania je možné použiť k úhrade straty spoločnosti.

Najvyšším orgánom spoločnosti s ručením obmedzeným je valné zhromaždenie. Štatutárnym orgánom sú jeden alebo viac konateľov. Na rozhodnutie o obchodnom vedení spoločnosti s ručením obmedzeným je potrebný súhlas väčšiny konateľov ak spoločenská zmluva neurčuje vyšší počet hlasov. Na základe spoločenskej zmluvy alebo zvláštneho zákona sa zriaďuje dozorná rada spoločnosti.

1.4 Stav poznania odboru

Čo sa týka problematiky obchodného a podnikateľského práva venujú sa jej mnohí autori v Českej republike aj na Slovensku. Teória týchto odvetví práva je takmer identická, v mnohom sa nelíši. Vo svojej diplomovej práci som v prvej časti pracovala najmä s publikáciou *Obchodné právo*, autorského kolektívu pod vedením profesora Suchožu, zloženého prevažne z učiteľov Katedry obchodného a hospodárskeho práva Právnickej fakulty UPJŠ v Košiciach a s publikáciou *Podnikateľské právo* od autorov Hudec a Hudecová, ktorí tento predmet vyučujú na Právnickej fakulte UMB v Banskej Bystrici.

Čo sa týka problematiky tvorby podnikateľského plánu, jedná sa tiež o problematiku, ktorej sa venuje veľký počet odborných autorov. V diplomovej práci som pracovala najmä s publikáciou *Podnikání malé a střední firmy* od autorského kolektívu pod vedením Prof. Ing. Jaromíra Vebra, CSc. a Doc. Ing. Jitky Srpové, CSc., ktorí pôsobia vo vedúcich funkciách na katedre managementu VŠE v Prahe. Ďalšou publikáciou, ktorou som pri svojej diplomovej práci inšpirovala je *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování* autorov Prof. Ing. Jiřího Fotra, CSc. a Ing. Ivana Součka, ktorí rovnako pôsobia na VŠE v Prahe. Poslednou publikáciou, ktorú som využívala pri tvorbe druhej časti mojej diplomovej práce je publikácia *Podnikatelský plán* od autorského kolektívu pôsobiaceho na VUT v Brne, pod vedením Doc. Ing. Dr. Vojtěcha Korába, MBA.

2 Podnikateľský plán a zdroje financovania podnikateľskej činnosti

Spracovanie podnikateľského plánu a zakladateľského rozpočtu je nevyhnutnou súčasťou zahájenia podnikateľskej činnosti.

„Podnikateľ uvažujúci o založení firmy si musí klásť otázku, v čom a ako bude podnikateľ (ťažisko podnikateľského plánu), a následne tieto úvahy premietnuť do finančnej podoby (zakladateľský rozpočet).“¹

2.1 Podnikateľský plán

„Podnikateľský plán je písomný dokument spracovaný podnikateľom, popisujúci všetky podstatné vonkajšie a vnútorné faktory súvisiace so zahájením podnikateľskej činnosti či fungovaním existujúcej firmy. Podnikateľský plán konkretizuje zámery podnikateľa do budúcnosti.“²

Podnikateľský plán je dôležitý dokument tak pre interné účely firmy ako aj pre externé subjekty, ktorým slúži najmä pri rozhodovaní o poskytnutí finančných investícií potrebných pre podnikanie danej firmy.

Dôležité je spresniť aj terminológiu používanú v súvislosti s pojmom podnikateľský plán. Ako synonymum podnikateľského plánu sa často v literatúre používa pojem podnikateľský zámer. Fotr a Souček (2005), však chápu podnikateľský plán ako celofiremný dokument, charakterizujúci komplexne všetky oblasti firmy a ich žiaduci vývoj. Podnikateľský plán spracovaný v súvislosti s realizáciou určitého investičného projektu, resp. súboru týchto projektov označujú ako podnikateľský zámer.

2.1.1 Zásady pre vypracovanie podnikateľského plánu

Fotr a Souček (2005), uvádzajú nasledujúce zásady pre vypracovanie podnikateľského plánu:

¹ Veber, J., Srpová, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha:Grada publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6

² Veber, J., Srpová, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha:Grada publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6

- byť stručný a prehľadný, kvalitné formálne spracovanie (dĺžka by nemala presahovať 50 normostrán)
- byť jednoduchý a zrozumiteľný
- orientovať sa na budúcnosť a zároveň rešpektovať riziko
- byť čo najvierohodnejší a realistický (napr. otvorené ohodnotenie konkurencie zvyšuje vierohodnosť podnikateľského plánu)
- nebyť príliš optimistický z hľadiska tržného potenciálu
- nebyť však ani príliš pesimistický
- demonštrovať výhody produktu či služby pre zákazníka
- nezakrývať slabé miesta a riziká projektu
- upozorniť na konkurenčné výhody projektu, silné stránky firmy a kompetencie manažerského tímu
- preukázať schopnosť firmy hradiť úroky a splátky v prípade využitia bankového úveru k financovaniu projektu
- preukázať, ako môže poskytovateľ kapitálu získať späť vynaložený kapitál s patričným zhodnotením

2.1.2 Príprava podnikateľského plánu

Ako uvádza Veber a kol. (2008), rozsah a prepracovanosť podnikateľského plánu závisí na veľkosti firmy a účelu, pre ktorý je určený. Rozdiely medzi rozsahom a obsahom podnikateľského plánu môžu závisieť na činnosti, ktorou sa firma plánuje zaoberať. Komplexnosť podnikateľského plánu môže byť tiež ovplyvnená veľkosťou trhu, konkurenciou a rastovým potenciálom. Pri spracovaní tiež prihliadame na to, či je podnikateľský plán zostavovaný pre interné alebo externé účely.

Dôležitou súčasťou prípravy podnikateľského plánu je zber správnych informácií. V súčasnosti je väčšinu informácií možné nájsť on-line prostredníctvom internetových stránok firiem, štátnych inštitúcií a profesijných združení. Veľmi vhodným a užitočným je vyhľadávanie a selekcia informácií a partnerov na veľtrhoch, výstavách alebo konferenciách.

2.2 Štruktúra podnikateľského plánu

V praxi a v literatúre sa môžeme stretnúť v závislosti na veľkosti, právnej forme alebo iných kritériách s viacerými variantmi štruktúry podnikateľského plánu. Po porovnaní viacerých variant je pre založenie jazdeckého areálu najvhodnejšia nasledujúca štruktúra podnikateľského plánu.

2.2.1 Titulná strana

„Na titulnej strane môžu byť uvedené údaje ako názov a sídlo spoločnosti, mená podnikateľov a kontakty na nich, popis podniku a povaha podnikania, spôsob podnikania s jeho štruktúrou.“³

2.2.2 Zhrnutie

Pre mnohých autorov je zhrnutie najdôležitejšou časťou podnikateľského plánu. Po jeho prečítaní musí byť jasné, o aké výrobky a trhy pôjde, aké kompetencie majú kľúčové osobnosti v podniku, koľko to bude stáť a čo z toho možno získať.

V zhrnutí projektu je potrebné stručne a jasne predstaviť celý podnikateľský plán a zosumarizovať hlavné body plánu, kľúčové predpoklady úspešnosti projektu, jeho ciele, hlavnú produkciu, hlavných odberateľov, zákazníkov, požadovanú sumu finančných prostriedkov. Túto časť je najlepšie písať ako poslednú v rozsahu jednej strany.

„Ak je podnikateľský plán spracovávaný pre podnikateľov, jeho úlohou je v maximálne možnej miere podnietiť záujem potenciálnych investorov. Investori sa totiž na jeho základe rozhodujú, či má význam čítať podnikateľský plán ako celok. Cieľom je v čitateľovi vzbudiť zvedavosť.“⁴

³ Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikateľský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0

⁴ Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikateľský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0

2.2.3 Popis podniku

„Ide o podrobný popis podniku. Je dôležité, aby bola potenciálnemu investorovi poskytnutá predstava o veľkosti a umiestnení podniku a jeho zábere. Popis podniku by mal obsahovať len podložené fakty, ktoré sa týkajú jeho založenia, rôznych úspechov a ďalej sa v ňom definujú stratégie podniku, ciele podniku a cesty k ich dosiahnutiu.⁵

Heriban (2010) definuje jednotlivé pojmy, ktoré by mala táto časť obsahovať:

Vízia je pozitívny obraz podniku vo vzdialenejšej budúcnosti.

Stratégia je vedomé určenie dlhodobých cieľov, zväčša všeobecného charakteru, stanovenie postupu realizácie činností, ktoré ich umožnia naplniť a rozvrhnutie príslušných zdrojov.

Cieľ je budúci želaný výsledok úsilia človeka alebo organizácie.

Plán je formulácia cieľov a úloh na ich dosiahnutie vrátane subjektov, spôsobov, prostriedkov a času realizácie.

2.2.4 Analýza okolia firmy

Na firmu pôsobí veľké množstvo faktorov, ktoré viac či menej ovplyvňujú jej chod a postavenie na trhu. Okolie firmy môžeme rozdeliť na makrookolie a mikrookolie.

Makrookolie zahrňuje faktory:

- ekonomické, (ekonomická situácia danej krajiny, inflácia, úroveň príjmov, zdanenie, úrokové sadzby a pod.)
- technologické,
- prírodné,
- politické,

⁵ Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikateľský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0

- legislatívne (predpisy práva pracovného, daňového, obchodného, spotrebiteľského, predpisy EU)

- sociálne.

Mikrookolie je podľa Korába a kol. (2007), reprezentované predovšetkým odvetvím, v ktorom podnik operuje a konkurenčnými silami. Tieto faktory sú pre podnik veľmi zásadné a podnik môže na ich vývoji aktívne participovať

Odvetvím sa podľa Sedláčkovej a Buchtu (2006), chápe skupina podnikov, ktorých výrobky či služby majú tak veľa spoločných charakteristík, že uspokojia rovnaké potreby na rovnakom základe, t.j. súťažia o rovnakého zákazníka. Odvetvie je charakterizované faktormi ako veľkosť trhu, geografický rozsah konkurencie, rast trhu a fáza životného cyklu trhu (vznik, rast, nasýtenie, úpadok), počet konkurentov a ich veľkosť (monopol, oligopol), zákazníci, vstupné bariéry (investičné náklady, skúsenosti), tempo zmien technológií, nároky na kapitál, diferenciácia výrobkov (služieb).

Ako uvádza Veber a kol. (2008), takmer každá firma má na trhu svojich konkurentov voči ktorým sa musí presadzovať. Prvou úlohou pri analýze konkurencie je identifikácia konkurentov. Ďalším krokom je zhodnotenie ich slabých a silných stránok a nakoniec návrh stratégie, ktorá pomôže podniku získať konkurenčnú výhodu voči svojim konkurentom..

2.2.5 Produkty (výrobky alebo služby)

Jedná sa v našom prípade o popis služieb, ktoré plánujeme zaradiť do svojho portfólia. Ako uvádza Veber a kol. (2008), bez spracovania tejto časti nemôžeme kvalifikovane uvažovať o budúcej situácii na trhu a o budúcom obrate firmy. Popis zahájime na prvom mieste službou, ktorá bude zaisťovať najväčšiu časť obratu potom sa zmienime o ostatných produktoch (službách) nášho programu. Nesmieme pritom zabúdať, že čitateľ podnikateľského plánu často nie je zbehlý v našom odbore. Preto sa len ľahko zmienime o technických parametroch a sústredíme sa na popis produktu (služby) z hľadiska zákazníka.

Zdôrazniť by sme mali jedinečnosť a inovatívnosť produktu a jeho prednosti oproti konkurencii.

2.2.6 Organizačná štruktúra podniku

„Na dôležité osobnosti podniku je pri posudzovaní podnikateľského plánu kladený veľký dôraz. Obvykle sa uvádza dosiahnuté vzdelanie a praktické skúsenosti vedúcich pracovníkov. Úplné životopisy nie sú nutné, ak sa uvádzajú, sú zaradené do prílohy.“⁶

V tejto kapitole sú ďalej uvedené organizačná štruktúra podniku, vzťahy nadriadenosti a podriadenosti zamestnancov, a forma vlastníctva podniku.

2.2.7 Obchodný plán

„Táto časť podnikateľského plánu obsahuje informácie o nákupe tovaru a služieb, potrebných pre chod podniku poskytujúceho služby. Uvádzajú sa tu aj dodávatelia konkrétnych tovarov a služieb a dôvod ich výberu.“⁷

2.2.8 Marketingový plán

Marketing je koncepcná činnosť s cieľom poskytnúť zákazníkovi výrobky a služby, ktoré uspokojia ich potreby efektívnym a účinným spôsobom.

Zjednodušene ide v tejto časti o vypracovanie taktiky ako chce podnik presvedčiť zákazníka aby kupoval práve jeho produkty alebo služby.

Prvým krokom marketingového plánu je segmentácia trhu, čím rozumieme rozdelenie trhu na skupiny zákazníkov, ktorý sú si najviac podobný svojimi tržnými

⁶ Veber, J., Srpová, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6

⁷ Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0

prejavmi na danom trhu. Trh môžeme segmentovať podľa rôznych kritérií napr. demografických, geografických, socioekonomických a pod.

Podľa Blažkovej (2007), je postup pri segmentácii trhu nasledujúci:

- špecifikácia segmentačných kritérií
- segmentácia trhu podľa zvolených kritérií
- zadefinovanie jednotlivých segmentov
- hodnotenie atraktivity a vhodnosti vybraných kritérií
- výber vhodných segmentov, t.j. cieľových trhov
- definícia marketingového mixu.

Marketingový mix je súbor marketingových nástrojov. Označuje sa tiež anglickou skratkou 4P, teda *Product, Price, Place, Promotion*.

Pri marketingovom mixe agromarketingu Heriban (2010), vypúšťa nástroj *Place* (distribúcia) pretože je presvedčený, že väčšina agrozariadení ponúka svoje služby priamo zákazníkovi bez potreby využitia predajných medzistupňov.

Heriban (2010) tak uvádza vo svojej publikácii *Marketing v agroturistike* tzv. 5P agromarketingu a to *Product* (produkt), *Price* (cena), *Promotion* (propagácia), *People* (ľudský faktor) a *Partnership* (partnerstvá).

Product (produkt) – je všetko, čo firma ponúka zákazníkovi k uspokojeniu jeho hmotných a nehmotných potrieb. Produkty a služby, ktoré podnik ponúka by mali predovšetkým vystihovať potreby zákazníka.

Price (cena) – je množstvo peňazí zaplatených za výrobok alebo službu. „Cena je kľúčovým elementom marketingového mixu, pretože od ceny závisí, ako sa bude produkt, alebo služba predávať.“⁸

Promotion (komunikácia, propagácia) – propagácia zahŕňa reklamu, osobný predaj, vzťahy s verejnosťou, on-line marketing a podobne. „Pomocou týchto nástrojov

⁸ *Marketingový mix*. podnikajte.sk, [cit. 26.marec 2012]. Dostupné na webovskej stránke (world wide web): <http://www.podnikajte.sk>

je cieľová skupina informovaná o existencii produktu alebo služby a úžitku (ekonomickom aj psychologickom), ktorý tento prináša zákazníkovi.“⁹

People (ľudský faktor) – služby cestovného ruchu sú charakterizované vysokou mierou kontaktu so zákazníkom. Je to dané samotným charakterom služieb, kde kontaktný personál plní, okrem štandardných funkcií služieb cestovného ruchu, aj funkcie špecifické, napríklad inštruktáž a výučba jazdy na koni.

Partnership (partnerstvá) - jedným z úspechov cestovného ruchu je spolupráca jednotlivých podnikateľov. Pochopili totiž, že ak sú produkty cestovného ruchu spojené s doplňujúcimi službami poskytovanými externými subjektmi (napríklad lanovka, kúpalisko, náučný chodník), dochádza k synergickému efektu a spokojnosť zákazníka rastie. (Heriban, 2010)

2.2.9 Finančný plán

Finančný plán podľa Vebera a kol. (2008), transformuje predchádzajúce časti podnikateľského zámeru do finančnej podoby. Preukazuje reálnosť podnikateľského zámeru. Výstupy finančného plánu tvoria :

- plánovaný výkaz zisku a straty – udáva prehľad nákladov a výnosov
- plánovaná súvaha – zobrazuje stav majetku a zdrojov jeho krytia
- plán peňažných tokov (cash flow) – zobrazuje oblasť tokov príjmov a výdavkov

Plánované výkazy sa doplnia stručným komentárom. Výstupy finančného plánu (absolútne ukazovatele) musia mať reálne podklady, tzn. musia byť spracované na základe čiastočných plánov, ktoré majú byť navzájom previazané. Minimálne plánovacie obdobie je do doby vykázania zisku, resp. kladného salda peňažných tokov.

⁹ *Marketingový mix*. podnikajte.sk, [cit. 26.marec 2012]. Dostupné na webovskej stránke (world wide web): <http://www.podnikajte.sk>

2.2.10 Hodnotenie rizík, slabých a silných stránok projektu

„V tejto časti je potrebné popísať najväčšie riziká, ktoré môžu vyplynúť z reakcie konkurencie, zo slabých stránok marketingu, výroby, manažerského tímu alebo technologického vývoja. Tieto riziká je žiaduce analyzovať a pripraviť alternatívne stratégie pre ich elimináciu. Pre potenciálneho investora je tento prístup zárukou, že podnikateľ si je týchto rizík vedomý a je im v prípade potreby pripravený čeliť.“¹⁰

Často používaným nástrojom analýzy slabých a silných stránok projektu je SWOT analýza. SWOT analýza analyzuje silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky projektu a ďalej príležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats).

„Silné a slabé stránky sú v podstate interné faktory, nad ktorými máme určitú kontrolu a ktoré samy o sebe môžeme ovplyvňovať (dobré alebo zlé manažerské schopnosti, jedinečnosť alebo priemernosť projektu, personálu).“¹¹

Tabuľka č.1: Možné zdroje silných a slabých stránok podniku

<u>Oblasť podniku</u>	<u>Silné stránky</u>	<u>Slabé stránky</u>
- Areál podniku	- Perfektná lokalita, poloha	- Zlá nájomná zmluva
- Manažment	- Vízia, „ťah na bránku“	- Chýba strategické riadenie
- Financie	- Solídny cash flow	-Predĺženie, nízka likvidita
- Personál	- Lojálny a nadšený tím	- Závislosť na jednej profesii

Zdroj: Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikateľský plán*. Brno: Computer Press,2007. ISBN 978-80-251-1605-0

„Hrozby a príležitosti sú externé vplyvy, ktoré samy o sebe neovplyvníme, môžeme na ne len reagovať v rovine prispôsobenia projektu (situácia na trhu práce, silná alebo slabá konkurencia, legislatíva).“¹²

¹⁰ Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikateľský plán*. Brno: Computer Press,2007. ISBN 978-80-251-1605-0

¹¹ Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikateľský plán*. Brno: Computer Press,2007. ISBN 978-80-251-1605-0

¹² Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikateľský plán*. Brno: Computer Press,2007. ISBN 978-80-251-1605-0

Tabuľka č. 2 : Možné príležitosti a hrozby podniku

<u>Oblasť</u>	<u>Príležitosti</u>	<u>Hrozby</u>
- Trh	- Rýchlo rastúci trh	- Zanikajúci trh
- Legislatíva	- Zákon rozšíril náš trh	- Zložitosť zákonov, náklady
- Pracovný trh	- Dostatok voľných zdrojov	- Legislatíva, sociálne dávky
- Ekonomické trendy	- Rast HDP, životná úroveň	- Pokles dopytu

Zdroj: Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikateľský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0

„V prílohe podnikateľského plánu je možné uviesť napr. výpisy z obchodného registra, životopisy kľúčových osobností firmy, výsledky prieskumov trhu, výkazy zisku a straty, rozvahy a peňažné toky za uplynulé obdobie, dôležité zmluvy, získané certifikáty a pod.“¹³

2.3 Zdroje financovania podnikateľskej činnosti

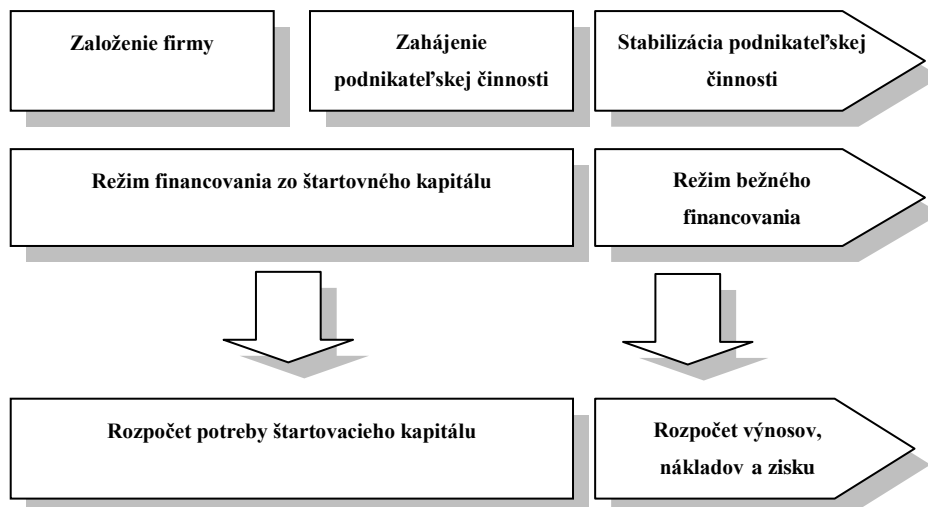
2.3.1 Zakladateľský rozpočet

„Úlohou zakladateľského rozpočtu je špecifikovať a kvantifikovať finančné prostriedky potrebné k zahájeniu podnikania. Zahájenie podnikateľskej činnosti môžeme rozdeliť do niekoľkých štádií - založenie firmy, zahájenie podnikateľskej činnosti, stabilizácia podnikateľskej činnosti. Týmto štádiám zodpovedá režim financovania zo štartovného kapitálu a režim bežného financovania. Ako vyplýva z obrázku 2.1, zakladateľský rozpočet má dve zložky, rozpočet potreby štartovného kapitálu a rozpočet výnosov, nákladov a zisku (popr. straty) pre prvé obdobie stabilizácie podnikateľskej činnosti.“¹⁴

¹³ Veber, J., Srpová, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6

¹⁴ Veber, J., Srpová, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6

Schéma č.1: Štádia zahájenia podnikateľskej činnosti, režimy financovania a finančné rozpočty



Zdroj: Veber, J., Srpová, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6

2.3.2 Rozpočet potreby štartovného kapitálu

Pri zahájení podnikateľskej činnosti náklady podstatne prevyšujú výnosy. Podľa Vebera a kol. (2008) je finančné prostriedky potrebné k zahájeniu podnikateľskej činnosti možné rozdeliť do štyroch skupín:

- finančné prostriedky nutné k založeniu firmy (vklad do základného kapitálu firmy, poplatok za vydanie živnostenského listu, poplatok za výpis z registra trestov, overenie listín, zápis do obchodného registra, návrh loga spoločnosti, webové stránky, informačné materiály a pod.)
- finančné prostriedky na obstaranie tzv. dlhodobého hmotného a nehmotného majetku (nákup pozemkov, budov, technického vybavenia a pod.)
- finančné prostriedky na nákup tzv. obežného majetku (potrebné množstvo surovín a materiálu, resp. zásob tovaru)
- finančné prostriedky určené na zahájenie podnikateľskej činnosti t.j. financovanie prevádzkovej činnosti dovtedy než bude zabezpečené financovanie z tržieb. Prevádzkovými nákladmi sa rozumejú najmä mzdy

zamestnancov, náklady na energie, vodu, telekomunikačné služby, dopravu, bežnú údržbu a pod.

Veber a kol. (2008) ďalej uvádza, že nevyhnutné výdaje spojené so zahájením podnikania môžeme financovať buď z vlastných zdrojov, t.j. vkladov podnikateľa a prípadných spoločníkov, a zdrojov cudzích, najmä bankových úverov, pôžičiek alebo leasingu. Z hľadiska času tieto zdroje môžeme rozdeliť na zdroje dlhodobé, u ktorých je splatnosť spravidla dlhšia ako 1 rok alebo zdroje krátkodobé, u ktorých počítame so splatnosťou do jedného roku. Jednotlivé zdroje financovania vyberáme na základe ich dostupnosti a finančných nárokov na ich obstaranie a splácanie.

2.3.3 Režim bežného financovania

„Okrem stanovenia finančných prostriedkov nutných na založenie podniku a zahájenie podnikateľskej činnosti je nutné naplánovať predpokladané výnosy, náklady a hospodársky výsledok v jednotlivých rokoch. Je potrebné zistiť či bude firma dosahovať zisk, kedy bude schopná dosahovať zisk a aká bude výška zisku v jednotlivých rokoch. Na základe týchto výpočtov je možné odpovedať na otázku, či a za akú dlhú dobu firma splatí cudzie zdroje. „¹⁵

¹⁵ Veber, J., Srpová, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6

3 Prehľad teoretických poznatkov

Cieľom tejto časti je uviesť čitateľa na základe teoretických poznatkov do základnej problematiky a terminológie používanej v mojej diplomovej práci.

3.1 Cestovný ruch

Cestovný ruch môžeme podľa Mikušákovvej (2010), definovať ako odchod z miesta bydliska za účelom rekreácie, vzdelávania, športu, alebo inej aktivity, ktorá má iný ako zárobkový charakter. O cestovnom ruchu hovoríme ako o nevýrobnom odvetví hospodárstva, ktorého hlavným cieľom je uspokojovanie potrieb zákazníka. Veľký podiel na rozvoji cestovného ruchu má túžba človeka spoznávať prírodné, historické a kultúrne bohatstvo.

„V mnohých literatúrach sa o začiatkoch cestovného ruchu hovorí v súvislosti so vznikom Olympijských hier okolo roku 770 pred Kr., kedy ľudia už v tom čase opúšťali svoje miesto pobytu a Olympijských hier sa zúčastňovali či už ako aktívni športovci alebo ako pasívni diváci.“¹⁶

3.1.1 Služby v cestovnom ruchu

Služby sú ekonomické statky nehmotného charakteru. Gúčík (2008) uvádza, že pri ich produkovani vznikajú užitočné efekty, ktoré uspokojujú potreby.

Podľa Tormu (2004), ich v podstate môžeme rozdeliť na dve skupiny a to potreby primárne – potreby kvôli, ktorým účastník cestovného ruchu navštívi cieľové miesto (poznávanie kultúrnych pamiatok, športové a pod). a potreby sekundárne, ktoré zabezpečujú uspokojenie primárnych potrieb (zabezpečenie dopravy do cieľového miesta, ubytovanie, stravovanie a pod.)

¹⁶ Mikušáková., J. *Agroturistika a ekoturistika*. Bratislava: Progressus Slovakia s.r.o.. 2010. ISBN 978-80-969642-9-1

3.2 Vidiecka turistika

Vidiecka turistika je jednou z foriem cestovného ruchu.

Ako uvádza Mikušáková (2010), vidiecky turizmus, tiež nazývaný „zelená turistika“ patrí k alternatívnym možnostiam využívania voľného času a rozvíja regióny s malou hustotou obyvateľstva. Vidiecky turizmus je založený na aktívnom využívaní vidieckeho osídlenia pre rekreačno-turistický pobyt. Hlavnou myšlienkou vidieckeho turizmu je návrat jednotlivca do lona prírody a únik pred hektickým životom v mestách.

Za kľúčové aktivity vidieckej turistiky Mikušáková (2010) považuje napríklad rekreačnú jazdu na koňoch, kočiach, saniach, rybolov a poľovníctvo, chov hospodárskych zvierat (koní, poníkov, oviec), poľnohospodárske práce a podobne.

3.3 Agroturistika

„Agroturistiku môžeme stručne definovať ako aktívnu rekreáciu v prírodnom zväčša farmárskom prostredí spojenú s užívaním súvisiacich výrobkov a služieb.“¹⁷

Agroturistika je podľa Mikušákovvej (2010), ideálnym typom rodinnej dovolenky najmä pre rodiny žijúce v mestách, ktoré chcú zažiť niečo nové a prirodzene naturálne. Väčšina týchto výletov sa odohráva na farmách alebo rančoch. Agroturistiku ponúkajú aj jazdecké oddiely a športové kluby, v ktorých sa turisti naučia základné jazdecké techniky a naučia sa zaobchádzať so zvierat'om. Agroturistika je forma turistiky na čerstvom vzduchu, ktorú prevádzkuje farmár a slúži mu prevažne ako vedľajší finančný zdroj k udržaniu alebo rozšíreniu svojej pracovnej činnosti. Turista sa môže voľne pohybovať po farme a má tak jedinečnú možnosť so všetkým sa zoznámiť, vrátane domácich a hospodárskych zvierat (psy, mačky, kone, kravy, ovce, kozy, sliepky a iné).

¹⁷ Heriban., R. *Stratégia v agroturistike*. Bratislava: Progressus Slovakia s.r.o., 2010. ISBN 978-80-970510-4-4

3.4 Finančné programy pre podporu rozvoja agroturistiky

3.4.1 Program rozvoja vidieka na roky 2007-2012

Každý členský štát EU, ktorý sa chce uchádzať o finančnú podporu z Európskeho poľnohospodárskeho fondu pre rozvoj vidieka (EAFRD) je povinný predložiť vlastný Program rozvoja vidieka (PRV) k schváleniu Výboru pre rozvoj vidieka. Program rozvoja vidieka ČR na roky 2007-2012 bol týmto výborom schválený 23.5.2007. Riadiacim orgánom PRV je *Ministerstvo zemědělství ČR* sprostredkovateľským orgánom je *Státní zemědělský intervenční fond*.

Žiadateľ splňujúci podmienky bližšie špecifikované v PRV je na základe vyhlásenej výzvy podať žiadosť o pridelenie dotácie. Žiadateľ si projekt najskôr musí financovať z vlastných zdrojov, na základe schválenej žiadosti a predložených zaplatených faktúr mu tieto budú preplatené.

3.4.2 Národné dotácie Ministerstva zemědělství ČR

Po schválení štátneho rozpočtu Ministerstvo každoročne vyhlasuje národné poľnohospodárske dotačné programy. Pre rok 2011 sa chovateľov koní týka najmä dotačný program č. 2.1. Udržovanie a zlepšovanie genetického potenciálu vymenovaných hospodárskych zvierat a dotačný program č.6 Genetické zdroje.

3.5 Jazdectvo

3.5.1 História jazdy na koni

Bezprostredným predchodcom koňa domáceho (*Equus caballus*) je podľa vedcov živočích, ktorý sa vyvinul pred cca 60 miliónmi rokov a nazvali ho Eohippus, „kôň úsvitu“ (grécky eo=úsvit, hippos=kôň). Udáva sa, že *Equus caballus* vznikol asi pred miliónom rokov, teda pol milióna rokov pred človekom.

Prvotne človek využíval koňa ako zdroj potravy a zdomácnil ho až pomerne neskoro. Nie je známe kedy presne kone zdomácnili, ale je predpoklad, že kôň bol až jedným z posledných zdomácnených zvierat po psovi, koze, ovci, krave či prasati. Kôň sa prvotne začal využívať na nosenie nákladu a ťahanie voza až neskôr na jazdu na koni. (Hartley Edwards, 1994)

Najstaršie údaje o jazde na koni sú správy od Sumerov, Asýrčanov, Peržanov, Grékov, Arabov, Hunov a Mongolov. V Grécku už okolo roku 1500 pred n.l. používali kone v záprahu. Ďalšie údaje svedčia o tom, že v Grécku sa jazda na koni uskutočnila až okolo roku 700 pred n.l. Je známe, že po uvedenom termíne sa jazda na koni rozšírila v mnohých európskych krajinách. V Grécku boli známe konské dostihy v r. 676 pred n.l. Jazda na koni bola zaradená tiež do programu olympijských hier, i keď nie je presne známe, o ktorý druh jazdy na koni tu išlo. (Hartley Edwards, 1994)

V nijakom prípade sa kôň v raných civilizáciách nevyužíval na obrábanie pôdy alebo podradné činnosti. Kôň sa považoval za príliš cenné zviera. V predkresťanskom období bol kôň dokonca predmetom uctievania, a mal dôležité miesto v mytológií a náboženskom rituály.

O chove koní v strednej Európe, teda aj na území Slovenska a Českej republiky sú prvé zmienky z obdobia osídľovania tohto územia Slovanmi v 6. storočí. Postupne sa význam koní začal zvyšovať a to najmä aj jeho využívanie vo vojenskom jazdectve.

Podľa Popluhára a kol. (2002), prvé zmienky o chove koní na území Čiech máme až zo 16. storočia. Vedľa krajinského („selského“) chovu si šľachta udržiavala veľké a honosné žrebčince s chovom ušľachtilých koní. Krajinské chovy boli značne oslabené vojnovými udalosťami a preto sa ich panovníci Karol VI. a Mária Terézia snažili posilniť zriadením pripúšťacích staníc s tzv. „štátnymi žrebcami“ čo viedlo k rozkvetu chovu koní v Čechách vrcholiaceho v 2. polovici 19. storočia.

Chov koní po vzniku ČSR znamenal podstatnú zmenu v jeho smerovaní. Namiesto koní pre využitie v záprahu sa chov zamerával na typ jazdeckých koní. Došlo tak k vytvoreniu troch česko-slovenských teplokrvníkov: českého, moravského a slovenského. Na chove koní v ČSR sa negatívne prejavila najmä 2.svetová vojna a po nej sa chov zamerával na rozvoj športových koní najmä na skokové, drezúrne jazdenie a military. (Popluhár a kol., 2002)

V súčasnosti je hlavným zámerom v chove koní produkcia kvalitných športových koní a skvalitnenie chovnej základne.

3.5.2 Jazdecký šport

Jazda na koni nemusí byť len príjemnou formou oddychu pre rekreačných jazdcov či formou rehabilitácie v podobe hipoterapie. Pre jedincov, ktorý už nechcú byť len rekreačnými jazdcami ponúka tento šport rôzne štýly a disciplíny, z ktorých si každý môže vybrať ten, ktorý mu sedí najviac.

Medzinárodná jazdecká federácia (FEI - Fédération equestre internationale) zastrešuje jazdecký šport na medzinárodnej úrovni. Na národnej úrovni sú organizáciami zastrešujúcimi jazdecký šport národné jazdecké federácie, ktoré sa riadia pravidlami FEI. V Českej republike je takouto organizáciou ČJF – Česká jazdecká federácia. Podmienkou účasti na oficiálnych pretekoch pod záštitou ČJF je platná licencia koňa a platná licencia jazdca, ktorú ČJF vydáva po úspešnom zložení skúšok základného výcviku jazdca a zaplatení členského poplatku.

Alternatívou pre jazdcov, ktorý ešte nemajú jazdeckú licenciu a chcú si zmerať svoje sily a zasúťažiť si sú tzv. verejné tréningy alebo hobby preteky, ktoré sa v Českej republike tešia zvyšujúcej sa obľube.

3.5.3 Jazdecké disciplíny

Rozoznávame dva hlavné jazdecké štýly, anglický a westernový, v rámci, ktorých sa jazdec môže venovať rôznym disciplinám. Anglický štýl tiež označovaný ako európsky zahŕňa disciplíny ako drezúra, skok cez prekážky, všestranné jazdenie a podobne. Anglický štýl sa vyvinul z vojenskej drezúry a loveckého jazdenia. Westernový štýl sa vyvinul na amerických farmách, kde sa kone využívali najmä na prácu s dobytkom. Anglický a westernový štýl sa líšia najmä používaním rozdielnych pomôcok používaných k jazdeniu a rozdielnym vybavením jazdca a koňa.

V našich končinách stále prevláda anglický štýl jazdenia, ale pomaly sa u nás začínajú rozširovať aj jazdecké kluby, ktoré sa špecializujú na westernové disciplíny (westernové ranče).

Na každú jazdeckú disciplínu sa využívajú plemená koní vyšľachtené špeciálne na danú disciplínu.

Drezúra

Drezúrne jazdenie sa považuje za vrchol jazdeckého umenia. „Slovo drezúra pochádza z francúzskeho slova *dresser*, čo okrem iného znamená trénovanie jazdeckého alebo ťažného koňa. Toto odvetvie jazdeckého športu má korene v pokrokovom tréningovom systéme, ktorý uplatňoval už grécky vojvodca Xenofón vo svojej knihe *Peri hippikés* (O jazdectve), a ktorý sa nakoniec stal podkladom klasického umenia jazdy v období renesancie. Predchodcovia súťažnej drezúry boli skúšky najlepšie vycvičených koní vojenského jazdectva. V roku 1912 sa drezúra zaradila medzi letné olympijské športy.“¹⁸

Cieľom drezúry je maximálny súlad medzi koňom a jazdcom, pričom jazdec musí používať čo najjemnejšie, takmer neviditeľné pomôcky. Toto si vyžaduje dlhé roky trpezlivého, postupného a systematického výcviku koňa a jazdca.

Drezúrne úlohy pozostávajúce z jednotlivých drezúrnych cvikov sa jazdia v drezúrnom obdĺžniku o veľkosti 20x40m pre nižšie stupne súťaží a 20x60m pre vyššie stupne. Drezúrne úlohy predpisuje buď FEI na medzinárodnej úrovni alebo federácia danej zeme na národnej úrovni. Jednotlivé predpísané cviky úlohy hodnotí 2-5 členný rozhodcovský zbor stupnicou od 0-10.

Parkúrové skákanie

Táto disciplína je novšou disciplínou jazdeckého športu, olympijským športom sa stala až v roku 1900. Patrí medzi divácky najobľúbenejšie disciplíny, pretože vďaka pomerne jasným pravidlám môžu diváci ľahko sledovať priebeh súťaže. Jazdecké dvojice na parkúroch rôznej výšky a obtiažnosti prekonávajú pestrofarebné prekážky rôznych kombinácií a profilov. Aj pre túto disciplínu je dôležitým základom drezúra a dobrá ovládateľnosť koňa pretože jazdec musí koňa po parkúre správne vodiť a správne ho navádzať na prekážky. Za zhodenie prekážky, prvú neposlušnosť koňa na parkúre, alebo prekročenie času dostáva dvojica trestné body. Pád jazdca alebo druhá neposlušnosť koňa dvojicu vylučuje zo súťaže.

¹⁸ Hartley Edwards., E. *Obrazová encyklopédia koní*. London: Dorling Kindersley Limited. 1994

Všestraná spôsobilosť (military)

„Súťaž všestrannej spôsobilosti je najťažšou a najtvrdšou zo všetkých jazdeckých disciplín. Pôvodne sa tento šport nazýval military. Vznikol totiž zo súťaží armádneho jazdectva a označoval sa za skúšku vytrvalosti, rýchlosti, odolnosti a poslušnosti koňa i za skúšku vytrvalosti a schopností jazdca.“¹⁹

Táto súťaž je viacdňová (obvykle 3-dňová) a skladá sa z drezúry, parkúru a terénnej jazdy (cross-country). Terénna jazda je minimálne 7 kilometrov dlhá a tvorí ju až 32 technicky náročných, pevných, prírodných prekážok ako napríklad živý plot, kmene stromov alebo vodná priekopa.

Vytrvalostné jazdenie

Vytrvalostné jazdenie sa taktiež vyvinulo z vojenských súťaží. Jazdí sa na rôzne vzdialenosti a jazdec musí s koňom dokončiť v optimálnom čase a pritom musí dbať na zachovanie zdravia koňa, k čomu slúžia aj pravidelné veterinárne prehliadky v priebehu preteku. Jazdec sa musí počas trate orientovať v mape a v značkách, ktoré označujú trať.

Dostihy

Dostihy sa do modernej podoby vyvinuli vo Veľkej Británii a dodnes sú synonymom prestíže a hlavne stávkovania a peňazí po celom svete. Okrem Veľkej Británie sa veľkej obľube tešia najmä v USA, Francúzsku a Taliansku. Poznáme dostihy rovinové, prekážkové (steeplechase) a dostihy klusákov. Medzi najväčšie a najprestížnejšie prekážkové dostihy v Európe patrí aj Veľká Pardubická steeplechase.

Záprahy (vozatajstvo)

Vozatajské súťaže sa jazdia najčastejšie v štvorzáprahu, dvojzáprahu (dva kone vedľa seba), tandeme (dva kone za sebou) a niekedy súťaží aj jednozáprah koní alebo

¹⁹ Hartley Edwards., E. *Obrazová encyklopédia koní*. London: Dorling Kindersley Limited. 1994

poníkov. Záprahy súťažia v drezúre, maratóny čo je obdoba vytrvalostnej súťaže a v rýchlostnej prekážkovej súťaži.

Westernové disciplíny

Medzi westernové disciplíny patria súťaže na prijazdenosť, ovládateľnosť a poslušnosť koňa ako **reining** (westernová obdoba drezúry), **trail** (prekonávanie rôznych prekážok ako napr. otvorenie bránky) a **western pleasure** (hodnotí sa vzhľad a súhra jazdca s koňom).

Ďalej súťaže preverujúce rýchlosť a obratnosť dvojíc ako **barel racing** (obíhanie barelov) alebo **pole bending** (slalom medzi tyčami).

Medzi súťaže pri ktorých dvojice pracujú s dobytkom patria **team pening** (odchyt dobytká v trojici), **roping** (chytanie teľaťa do lasa), **cutting** (oddeľovanie dobytká od stáda) a **working cowhorse** (kombinácia reiningu a cuttingu).

Súťaž kde sa posudzuje stavba tela koňa sa nazýva **halter**.

Ostatné jazdecké disciplíny a jazdecké hry

K u nás menej rozšírenými jazdeckými disciplínami patria **voltíž** (gymnastické cvičenia na cválajúcom koni), **lovecké jazdenie**, **hubertove jazdy**, **konské pólo**, **horseball** alebo **skijoring** (lyžovanie za zapriahnutým koňom).

3.5.4 Ustajnenie koní

Voľne žijúce kone žili prirodzene vo voľnej prírode pod holým nebom až do ich zdomácnenia človekom. Dnes najmä kone využívané na športové účely žijú v stajniach čo najviac prispôbených na ich chov. Začínajú sa objavovať aj názory, že pre kone je najprirodzenejší pobyt vonku na pastvine s prípadným prístreškom do ktorého sa môže podľa svojej vôle ukryť. V našich klimatických podmienkach kde sa striedajú teplé a studené obdobia však tento spôsob chovu, nie je príliš vhodný, najmä pre kone, ktoré sú vystavené vysokej športovej záťaži.

Ideálna stajňa pre kone by mala byť umiestnená v pokojnom prostredí obklopenom v ideálnom prípade pasienkami, trávnatými výbehmi s možnosťou vychádzok do prírody. Mala by však byť dobre dostupná pre jazdcov a majiteľov koní. Samotná budova maštale by mala byť svetlá, suchá, teplá, dobre odvetraná avšak bez prievanu. Mala by pre kone vytvárať prostredie v ktorom sa cítia pohodlne a v bezpečí.

Kone sa v stajni môžu buď pohybovať voľne, alebo môžu byť uviazané jednotlivo v stojiskách. Najvhodnejším je však boxové ustajnenie, kde každý kôň má svoj vlastný box o rozmeroch minimálne 3,6x3m. Podlaha stajni a boxov musí byť pevná, pružná a ľahko umývateľná. V poslednej dobe sa za najvhodnejšiu a najmodernejšiu považuje podlaha pokrytá gumovými rohožami, ktoré splňujú všetky potrebné atribúty podlahy vhodnej do stajni pre kone. Chráni kone pred zraneniami, navyše je pohodlná a znižuje množstvo podstielky na vystlanie jednotlivých boxov a tým aj množstvo vyprodukovaného hnoja. Každý box by mal byť vybavený žľabom na krmivo, pričom najvhodnejším sa javí zabudovaný, najlepšie kameninový žľab na krmivo, aby sme zabránili jeho obhrýzaniu a opotrebovaniu. Kone potrebujú neobmedzený prístup k čistej a zdravotne nezávadnej vode, preto by mal byť každý box vybavený automatickou napájačkou.

Štandardným vybavením stajne pre kone je aj sedlovňa (suchá miestnosť na odkladanie sediel a iných strojov pre kone), šatňa pre majiteľov, šatňa pre členov klubu, umývací box pre kone, solárium pre kone, sklad krmív, nárad'ovňa (na fúrik, vidly, metly, lopaty), sociálne zariadenia, kancelária.

V moderných jazdeckých areáloch sa okrem budovy stajni nachádzajú výbehy pre kone, jedna a viac vonkajších jazdiarní, krytá halová jazdiareň (s pieskovým, trávnatým alebo iným vhodným povrchom), kruhová jazdiareň (krytá alebo otvorená, najčastejšie s pieskovým povrchom). V moderných zariadeniach môžeme nájsť kolotoč alebo bežiaci pás pre kone určený na ich pohybovanie, bazén pre kone, prípadne solárium pre kone (na zahriatie a uvoľnenie svalov).

Bežným je zázemie pre jazdcov, majiteľov koní a návštevníkov areálu. Patrí k nemu napríklad parkovisko pre osobné automobily, parkovisko prívesných vozíkov na kone, vonkajšie posedenie, vnútorná klubovňa, menšie občerstvenie formou bufetu prípadne reštaurácia, tribúna vonkajšia alebo v krytej hale v prípade organizovania pretekov.

PRAKTICKÁ ČASŤ

4 Titulná strana



Podnikateľský plán založenia jazdeckého klubu

Denisa Kočíčková

5 Zhrnutie

Podnikateľský plán na založenie a vybudovanie Jazdeckého klubu Cordoba s.r.o vznikol za účelom získania prostriedkov na vybudovanie moderného jazdeckého výcvikového strediska s kvalitnými službami, v bezprostrednej blízkosti Olomouca.

Poloha budúceho areálu JK Cordoba ponúka ideálne podmienky pre realizáciu nášho podnikateľského zámeru. Jedná sa o objekt s dlhodobou tradíciou chovu koní a prevádzky jazdeckého klubu. Svojou polohou spája blízkosť mesta a neďalekej krásnej prírody, ktorá priam láka k vychádzkam do prírody. Nepopierateľnou výhodou sú taktiež príľahlé trávnaté výbehy a možnosť zväčšovania a ďalšieho budovania areálu prikúpením ďalších okolitých pozemkov.

Vybavenosť jazdeckého centra uspôsobeného pre organizovanie podujatí rôzneho druhu dopĺňa hotel Prachárna, ktorý sa nachádza v bezprostrednej blízkosti objektu.

Podnik by chcel svoju činnosť zahájiť odkúpením budov a okolitých pozemkov a ich úpravou, načo potrebuje získať potrebné finančné prostriedky. Podnik by tieto prostriedky chcel získať získaním investora, ktorý by sa stal spoločníkom vo firme. Firma disponuje vlastným kapitálom v hodnote 5 700 000 Kč, od investora potrebuje firma získať 5 000 000 Kč. V prípade, že podnik nepresvedčí žiadneho investora je možné podnikateľský plán prispôbiť pre potreby žiadosti o hypotekárny úver. Do úvahy prichádza aj následná žiadosť o pridelenie dotácie z Programu rozvoja vidieka.

Ako môžeme vidieť z finančného plánu, Jazdecký klub Cordoba je pri priaznivých podmienkach už v prvom roku schopný vykázať zisk. V druhom roku činnosti je zisk už výrazne vyšší a podnik je schopný udržať si ho aj v treťom roku činnosti. Voľné finančné prostriedky plánuje firma investovať do ďalšieho budovania areálu.

Úspech plánuje JK Cordoba dosiahnuť najmä poskytovaním kvalitných služieb a maximálnou orientáciou na zákazníka v kombinácii s individuálnym prístupom. Prvotné získanie zákazníkov a naplnenie kapacít areálu plánuje JK Cordoba dosiahnuť najmä kvalitným marketingom a získaním zamestnanca – trénera, ktorý bude zárukou kvality poskytovaných služieb a pritiahne zákazníkov.

V dlhodobom výhľade chce JK Cordoba rozširovať ponuku svojich služieb tak, aby uspokojil každého, aj náročného zákazníka. Na financovanie svojej ďalšej činnosti a prípadného rozširovania by JK Cordoba chcel získať aj sponzorov, k čomu môže výrazne dopomôcť organizácia športových a iných podujatí.

6 Popis podniku

Jazdecký klub Cordoba má ambíciu stať sa moderným jazdeckým výcvikovým strediskom s najlepšimi službami v okolí mesta Olomouc.

Jazdecký klub Cordoba má v pláne špecializovať sa na výcvik a ustajnenie koní, výcvik jazdcov, organizovanie športových podujatí a odborných seminárov. Ako vedľajšiu činnosť bude JK Cordoba ponúkať aj agroturistiku a organizovať zážitkové pobyty v spolupráci so susedným hotelom Prachárna. Veľkou výhodou je poloha areálu v blízkosti mesta, s dobrou dopravnou dostupnosťou a predsa s možnosťou vychádzok do prírody.

6.1 Vízia, ciele a stratégia podniku

Víziou podniku je vybudovať moderný jazdecký areál s profesionálnymi a komplexnými službami, ktoré uspokojia aj náročného zákazníka. Podnik sa plánuje špecializovať najmä na kvalitný výcvik koní a jazdcov, ustajnenie koní a organizovanie odborných seminárov a športových podujatí. Podnik má v pláne postupne rozširovať svoje kapacity a ponuku služieb.

Krátkodobým cieľom podniku je prvotne zaistiť potrebné finančné prostriedky na vybudovanie areálu, následne vybudovať areál a naplniť jeho kapacity, tak aby mohol podnik čo najskôr pokryť náklady na vybudovanie areálu a splatiť svoje záväzky. Získať správnych zákazníkov sa podnik bude snažiť predovšetkým prostredníctvom kvalitného marketingu.

Dlhodobým cieľom podniku je jeho dlhodobá úspešnosť a stabilita. Podnik má v pláne vybudovať si stabilnú základňu solventných zákazníkov a poskytovať svoje služby tak, aby dosahoval takých ziskov, ktoré pokryjú nielen náklady podniku, ale zaistia aj finančné prostriedky na ďalšie investície do podniku. Spokojnosť zákazníkov a prosperitu areálu chce podnik dosiahnuť najmä profesionálnym prístupom a orientáciou na zákazníka s individuálnym prístupom k požiadavkám klienta.

6.2 Voľba právnej formy podniku

Pre naše podnikanie sa javí najvhodnejšou právnou formou spoločnosť s ručením obmedzeným. Názov spoločnosti bude Cordoba s.r.o. a názov areálu Jazdecký klub Cordoba. Spoločnosť bude mať pre začiatok jedného zakladajúceho spoločníka. V prípade získania investora, sa tento stane druhým spoločníkom firmy. Konkrétne práva a povinnosti spoločníkov bude upravovať spoločenská zmluva.

Po založení firmy spoločenskou zmluvou, firma podá návrh na zápis do obchodného registra na vyplnenom predpísanom formulári s kolkovými známkami v hodnote 5 000 Kč. Povinnou prílohou návrhu na zápis je okrem iného aj živnostenské oprávnenie k predmetom podnikania spoločnosti. Predmety podnikania Cordoba s.r.o. spadajú pod tzv. živnosti voľné, nie je teda k ich výkonu potrebné splniť žiadne zvláštne podmienky. Jednotlivé druhy voľných živností nájdeme v prílohe č. 4 k zákonu č. 455/1991 Sb. (živnostenský zákon). Predmetom podnikania živností uvedených v tejto prílohe je „Výroba, obchod a služby neuvedené v prílohách 1 až 3 živnostenského zákona.

Nášho podniku sa týkajú tieto druhy živností:

- Poskytovanie služieb pre poľnohospodárstvo, záhradníctvo, rybnikárstvo, lesníctvo a poľovníctvo
- Chov zvierat a ich výcvik (s výnimkou živočíšnej výroby)
- Prenájom a požičiavanie hnutelných vecí
- Mimoškolská výchova a vzdelávanie, usporiadanie kurzov, školení, vrátane lektorskej činnosti
- Prevádzkovanie telovýchovných a športových zariadení a organizovanie športových činností

6.3 Výber vhodnej lokality pre umiestnenie podniku

Keďže sa spoločnosť bude zaoberať špecifickým predmetom podnikania – ustajňovaním a výcvikom koní a jazdcov, je potrebné zohľadniť pri výbere vhodnej lokality všetky aspekty, ktoré si táto činnosť vyžaduje. Pre chov koní sú vhodné usadlosti a hospodárske budovy na okraji obcí, s dostatočnou rozlohou príľahlých pozemkov a možnosťou vychádzok do voľnej prírody. Pri výbere je však nutné z hľadiska komfortu pre zákazníkov zohľadniť aj dobrú dostupnosť či už vlastnou alebo hromadnou dopravou. Jazdecký areál by nemal byť umiestnený na príliš v lokalitách s vyššou vlhkosťou jednak z hľadiska zvýšeného výskytu hmyzu, ktorý najmä v jarnom a letnom období prekáža zvieratám a ich majiteľom a jednak z hľadiska vonkajšieho povrchu, ktorý by nemal byť pre kone príliš bahňatý či dokonca močaristý.

V bezprostrednom okolí Olomouca sme si na realizáciu projektu vyhliadli objekt v mestskej časti Olomouc-Řepčín. Jedná sa o poľnohospodárske budovy, ktoré v minulosti patrili poľnohospodárskemu družstvu a boli v prenájme známeho jazdeckého klubu JK Řepčín. Tento jazdecký však svoju činnosť ukončil v roku 2005 keď sa ZD rozhodlo poľnohospodárske budovy predať. Následný majiteľ, ktorý tieto budovy odkúpil bohužiaľ celkom zachovalé budovy doviedol do chátrajúceho stavu a momentálne sú tieto budovy znova na predaj.

Jedná sa o hlavnú budovu stajní a tri menšie budovy. K budovám patrí príľahlá jazdiareň a trávnatý výbeh pre kone, pričom je možné tieto pozemky rozšíriť prenájmom alebo odkúpením ďalších príľahlých pozemkov, ktoré si momentálne vo vlastníctve súkromných majiteľov a sú obrábané ako poľnohospodárska pôda. Ako môžeme vidieť z výňatku z cenovej mapy v prílohe A, tieto pozemky sú rozparcelované na pomerne početné parcely patriace rôznym majiteľom. Nepatria však svojou povahou k stavebným pozemkom a je teda možné využiť ich ako lúky a pasienky, prípadne ako poľnohospodársku pôdu na pestovanie obilnín.

Ako môžeme vidieť z výňatku z grafickej časti územného plánu štatutárneho mesta Olomouc v prílohe B, nášmu zámeru vyhovuje aj platný územný plán schválený vo forme všeobecne záväznej vyhlášky č.7/2006 o záväznej časti územného plánu sídelného útvaru Olomouc. V tomto územnom pláne sa s budovami a pozemkami, o ktoré máme záujem počíta ako s „prevažne nezastavanými plochami slúžiacimi pre umiestnenie špecifických zariadení s prevládajúcim prírodným charakterom ako sú

ZOO a iné väčšie chovateľské a výcvikové zariadenia, športové a rekreačné areály s prevládajúcim prírodným charakterom, s minimálnym podielom zástavby, zábavné parky.“ Príloha B obsahuje aj druhy stavieb, s ktorými územný plán na tomto území počíta.

Čo sa týka polohy a vhodnosti pre náš zámer, tieto budovy sú veľmi dobre dostupné. Nachádzajú sa pri hlavnej ceste medzi mestskou časťou Řepčín a obcou Křelov-Břuchotín. K budovám vedie príjazdová cesta. K budovám prilieha aj trávnatý výbeh s možnosťou zväčšenia jeho rozlohy. Objekt ponúka dobré možnosti na pekné vychádzky do prírody. V bezprostrednej blízkosti sa nachádza hotel Prachárna zaradený do prestížnej hotelovej siete Best Western. Hotel ponúka klasické služby ako ubytovanie a stravovanie, ale aj saunu, tenisové kurty alebo možnosť rybárčenia vo vlastnom jazierku.

6.4 Plánovaný obraz podniku

Súčasným objektom bude potrebné stavebne upraviť a areál prestavať tak aby mohol kvalitne poskytovať svoje služby zákazníkom.

Prednú menšiu budovu je možné upraviť na administratívnu budovu s kanceláriami a klubovňou. Hlavnú budovu stajni bude nutné zrekonštruovať, vybudovať v nej boxy pre kone, umývací box, sedlovňu, šatne a sociálne zázemie pre zákazníkov a ubytovanie pre personál. Zadné menšie budovy bude potrebné pravdepodobne zbúrať a na ich mieste postaviť krytú halu a budovu na uskladňovanie sena, slamy, ovsu a iných potrebných surovín. V zadnej časti areálu bude potrebné počítať aj s vybudovaním hnojiska, kruhovej ohrady a menšieho parkoviska pre parkovanie prívesov pre kone. Vedľa hlavnej budovy sa nachádza hlavná vonkajšia jazdiareň a trávnaté výbehy.

7 Analýza okolia firmy

Na podnik pôsobí v jeho okolí veľké množstvo faktorov, ktoré majú vplyv na úspešnosť jeho podnikania. Tieto faktory rozdeľujeme podľa toho či ich podnik môže alebo nemôže svojim chovaním ovplyvňovať, na makrookolie a mikrookolie podniku.

Súbor týchto faktorov vytvára pre podnik podnikateľské prostredie, na ktoré sú mimoriadne citlivé najmä malé a stredné podniky.

7.1 Analýza makrookolie

Makrookolie firmy tvoria celospoločenské faktory danej krajiny, ktoré podnik nemá možnosť ovplyvňovať, môže však na ne adekvátne reagovať. Medzi tieto faktory patria najmä politické, legislatívne, ekonomické a sociálne prostredie. Určité podniky podľa oblasti podnikania môžu ovplyvniť aj prírodné faktory a technologický rozvoj daného odvetvia. Aktuálne informácie k jednotlivým faktorom som získavala najmä z internetových zdrojov, ako napríklad oficiálna stránka Českého štatistického úradu alebo z aktuálnych znení zákonov.

7.1.1 Politické faktory

Politická situácia danej krajiny je dôležitým faktorom ovplyvňujúcim všetky oblasti života, rovnako aj podnikanie a podnikateľské prostredie.

Česká republika je demokratickou republikou založenou na parlamentnom systéme, kde sa moc delí na zákonodarnú, výkonnú a súdnu.

Vstup ČR do Európskej únie prehĺbil mieru otvorenosti českej ekonomiky a ČR má povinnosť rešpektovať právne predpisy EU a harmonizovať právne predpisy ČR s predpismi EU.

Čo sa týka politického systému ČR a jeho základných zložiek, aj keď došlo v posledných rokoch k určitému zlepšeniu podnikateľského prostredia, podnikatelia naďalej kritizujú nekonceptné a náhle zmeny právnych predpisov, ktoré zabraňujú

aplikácií a tvorbe dlhodobějších strategických plánov. Ďalej je vo všeobecnosti podnikateľmi kritizovaná vysoká miera korupcie, byrokracie a nízka efektívnosť súdneho systému vo vymáhaní práva.

7.1.2 Legislatívne faktory

Ako už bolo vyššie zmienené po vstupe Českej republiky do Európskej únie bola právna úprava Českej republiky harmonizovaná s právnymi predpismi Európskej únie.

Podnikateľov sa týka najmä právna úprava podnikania v obchodnom zákonníku a živnostenskom zákone, právna úprava vlastníctva v občianskom zákonníku, právna úprava daní v daňových zákonoch, úprava zamestnaneckých vzťahov v zákonníku práce a s ním súvisiacich zákonov o sociálnom zabezpečení a zdravotnom poistení.

Dôležitou zmenou je právna úprava DPH, ktorá od 1.1.2012 mení zníženú sadzbu DPH z 10% na 14%, základná sadzba dane zostáva 20%. Od 1.1.2012 zákon počíta s jednotnou sadzbou dane 17,5%.

Prehľad zákonov potrebných pre podnikanie jazdeckého areálu v ČR:

- Ústavný zákon č.2/1993 Sb. v znení ústavného zákona č. 162/1998 Sb. Listina základných práv a slobôd
- Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov
- Zákon č. 40/1964 Sb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov
- Zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon) v znení neskorších predpisov
- Zákon č.116/1990 Sb. o nájme a podnájme nebytových priestorov v znení neskorších predpisov
- Zákon č. 563/1991 Sb. o účtovníctve v znení neskorších predpisov
- Zákon č. 344/1992 Sb. o katastri nehnuteľností
- Zákon č. 262/2006 Sb., zákonník práce
- Zákon č. 589/1992 Sb., o poistnom na sociálne zabezpečenie a príspevku na štátnu politiku zamestnanosti.
- Zákon č. 592/1992 Sb., o poistnom na všeobecné zdravotné poistenie
- Zákon č.586/1992 Sb., o daniach z príjmu

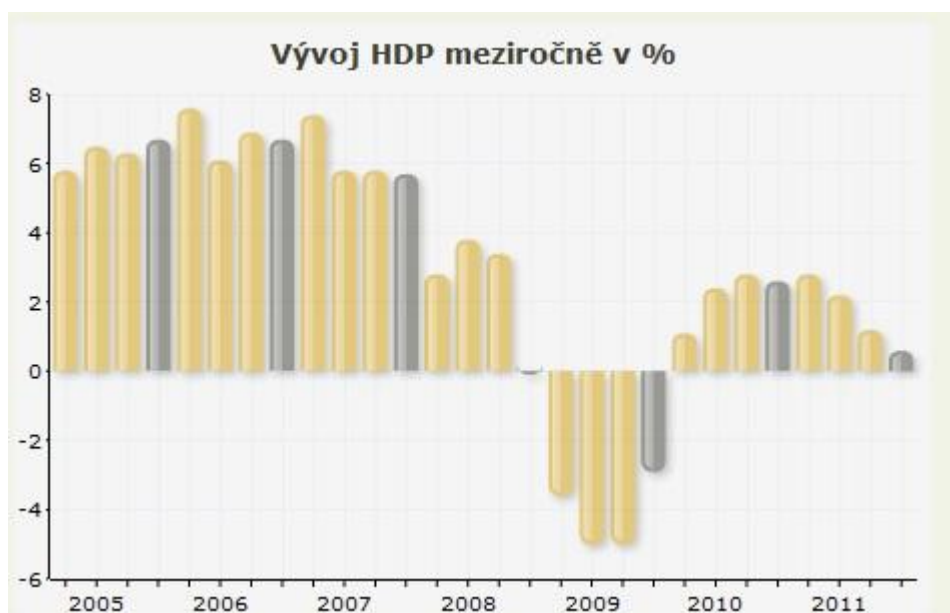
- Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z pridanej hodnoty
- Zákon č. 338/1992 Sb., o dani z nehnuteľnosti
- Zákon č. 16/1992 Sb., o cestnej dani
- Zákon č. 357/1992 Sb., o dani dedičskej, dani darovacej a dani z prevodu nehnuteľností
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochrane spotrebiteľa
- Zákon č. 185/2001 Sb., o odpadoch a o zmene niektorých zákonov
- Zákon č. 133/ 1985 Sb., o požiarnej ochrane
- Zákon č. 264/1992 Sb., na ochranu zvierat proti týraniu

7.1.3 Ekonomické faktory

Budeme sa zaoberať tými makroekonomickými ukazovateľmi, ktoré považujeme pre naše podnikanie za najdôležitejšie, teda vývojom HDP, inflácie a nezamestnanosti.

HDP - hrubý domáci produkt

Graf č. 1: Vývoj HDP v ČR 2005-2011

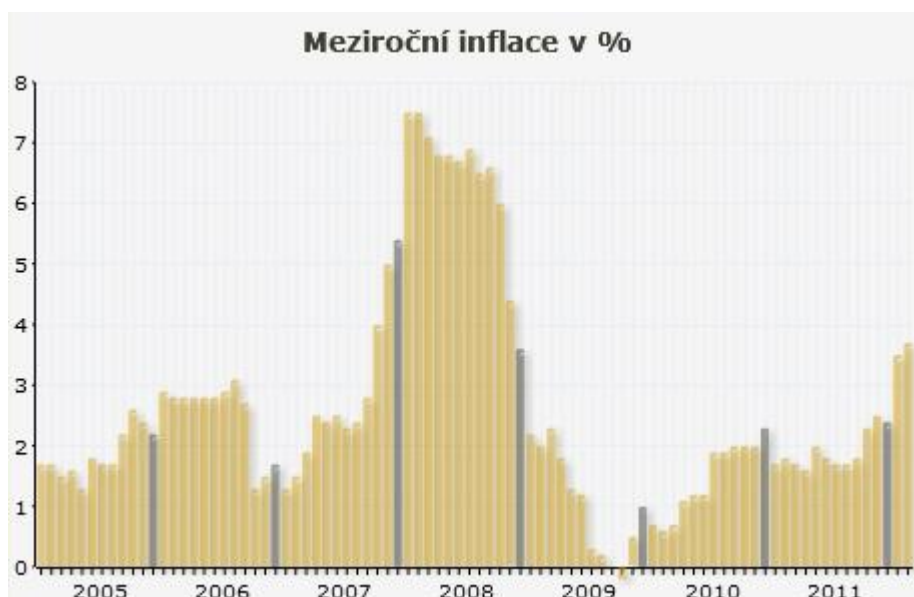


Zdroj: www.kurzy.cz

Ako môžeme vidieť z grafu, po výraznom poklese HDP v roku 2009, spôsobenom globálnou ekonomickou krízou, nastal mierny nárast v roku 2010, avšak v roku 2011 môžeme pozorovať znovu mierny pokles. Podnik by privítal obrat k rastovej tendencii HDP, pretože zvýšenie spotreby obyvateľstva predpokladá aj zvýšenie investícií do voľného času a koníčkov.

Inflácia

Graf č.2 : Miera inflácie a jej vývoj v ČR 2005-2011



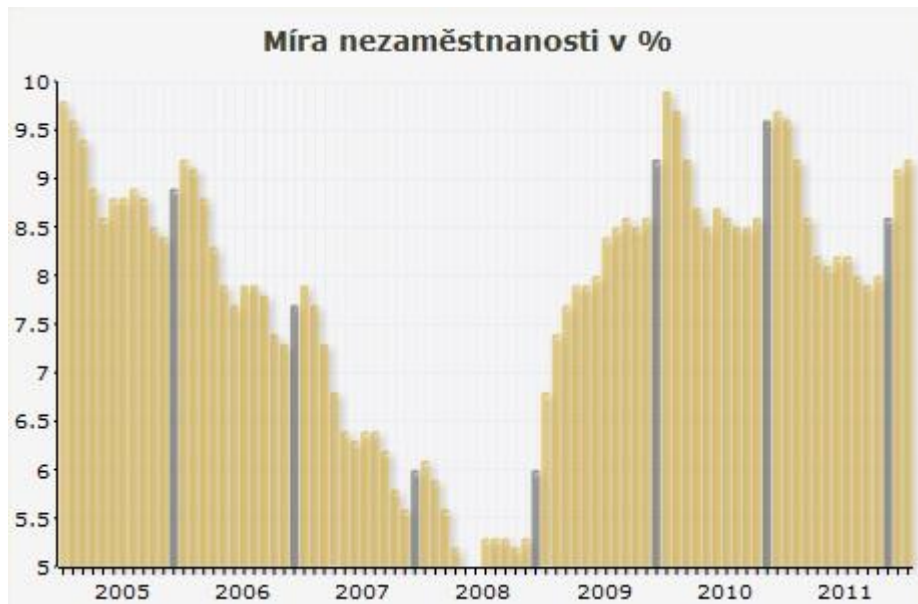
Zdroj: www.kurzy.cz

Rast cien sa podľa kurzy.cz prejavoval v poslednom období (marec 2012) hlavne v cenách pohonných hmôt a tým pádom aj dopravy. Rast cien sa prejavil aj v cenách niektorých potravín, tepla a teplej vody a rekreácie. Určité zníženie cien sa prejavilo v cenách obuvi a odevov.

Rast cien je vo všeobecnosti negatívnym javom pre ľudí a ich spotrebu, pretože ľudia majú menej financií a začínajú šetriť. Keďže potraviny a bývanie sú prvoradé, ľudia začínajú šetriť na iných výrobkoch a službách ako napríklad na svojich koničkoch a rekreácií, čo by náš podnik mohlo negatívne ovplyvniť.

Nezamestnanosť

Graf č.3 : Vývoj nezamestnanosti v ČR 2005-2011



Zdroj: www.kurzy.cz

Celková nezamestnanosť v posledných mesiacoch mierne stúpla. Podľa serveru kurzy.cz je táto skutočnosť podmienená chladným počasím a tak nemožnosťou zahájenia sezónnych prác a v nasledujúcich mesiacoch je možné očakávať postupný pokles nezamestnanosti. Aktuálna miera nezamestnanosti v ČR bola podľa EUROSTATU v januári 2012, 7,2%.

Vyššia mierna nezamestnanosti je pre podnik v postate pozitívnym javom, pretože si podnik bude môcť vybrať z väčšieho počtu záujemcov o zamestnanie. Do úvahy však treba brať fakt, že práca s koňmi a so živými zvieratami všeobecne je špecifická a nie každý uchádzač je pre takúto prácu vhodný.

7.2 Analýza mikrookolía

7.2.1 Analýza odvetvia

Podľa situačnej a výhľadovej správy „KONE“ Ministerstva zemédelství ČR, z decembra 2010, trend vzrastajúcej obľuby koní a s tým spojený zvyšujúci počet koní

naďalej trvá. Hlavný prínos koňa vidí naďalej v jeho využití ako spoločníka pre voľný čas a šport.

Situačná a výhľadová správa ďalej uvádza, že Česká republika patrí medzi zeme s tradičným chovom koní. Počet koní sa od roku 1996 neustále zvyšuje a k 30.11.2010 bolo v ústrednej evidencii koní ČR zaregistrovaných 73 528 kusov koní, pričom sa predpokladá ďalší postupný nárast. Najrozšírenejším plemenom v Českej republike je Český teplokrvník.

Z nasledujúcej tabuľky, ktorá vyjadruje hustotu chovu koní v jednotlivých krajoch podľa počtu hospodárstiev s chovom koní, môžeme rovnako vyčítať narastajúci trend chovu koní. Zaujímavosťou pre náš podnikateľský plán je štvrtá priečka Olomouckého kraja.

Tabuľka č.3 : Hustota chovu koní v jednotlivých krajoch ČR

Tabuľka vyjadrujúca hustotu chovu koní v jednotlivých krajoch podľa počtu hospodárstiev s chovom koní						
Kraj	Počet hospodárstiev s chovom koní na 1 km ²			Celkový počet hospodárstiev s chovom koní		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010
Praha	0,12	0,22	0,26	58	110	131
Zlínský	0,15	0,19	0,23	595	751	902
Královéhradecký	0,16	0,19	0,22	764	900	1 065
Olomoucký	0,13	0,16	0,20	693	831	1 016
Moravskoslezský	0,11	0,16	0,20	606	851	1 108
Liberecký	0,11	0,15	0,20	339	481	645
Pardubický	0,13	0,16	0,18	568	699	820
Středočeský	0,11	0,15	0,18	1 213	1 631	2 006
Ústecký	0,08	0,12	0,15	418	627	824
Plzeňský	0,8	0,11	0,13	597	795	1 017
Jihočeský	0,06	0,10	0,12	639	965	1 232
Jihomoravský	0,07	0,09	0,12	461	659	861
Vysočina	0,07	0,09	0,11	473	597	779
Karlovarský	0,07	0,08	0,10	246	278	336
Celkem				7 670	10 175	12 742

Zdroj: Ústřední evidence koní

Je predpoklad, že počet koní využívaných k športu a rekreácii bude mať naďalej vzostupnú tendenciu. Z toho vyplýva, že primerane nárastu počtu koní musí zrasť aj množstvo a kapacita zariadení ponúkajúcich ustajnenie koní a ich výcvik, rovnako ako aj zariadení pre výcvik jazdcov.

7.2.2 Analýza konkurencie

Pre analýzu konkurencie som vybrala jazdecké areály vo vzdialenosti do 20 km od centra Olomouca. Do nasledujúcej prehľadnej tabuľky som zaradila najdôležitejšie informácie potrebné pre výber ustajnenia z pohľadu potenciálneho zákazníka a to cenu ustajnenia za kalendárny mesiac, základné vybavenie jednotlivých zariadení, vzdialenosť od centra Olomouca a kontakt na zodpovedné osoby jednotlivých zariadení.

Tabuľku aj následné krátke zhodnotenie jednotlivých konkurenčných zariadení som vytvorila na základe internetových stránok týchto zariadení, na základe osobnej návštevy a skúseností priateľov a známych. V prílohe D je možné nájsť fotodokumentáciu vybranej konkurencie.

Tabuľka č. 4: Prehľad konkurencie v okolí mesta Olomouc

Názov	Kontakt	Vybavenie	Cena ustajnenia / mesiac	Vzdialenosť
JK Derby	JK Derby s.r.o. Bohuňovice Kateřina Tomíková tel: +420 603 255 608 e-mail: derby-tomikova@volny.cz www: http://www.kone-olomouc.cz	jazdiareň hala vychádzky výbehy umývací box	6 280 Kč	10 km
Jezdecký areál Hostinův důl	Jezdecký areál Hostinův důl Tršice Jan a Sylva Grézlovi tel: +420 585 413 112 e-mail: recepce@jezdeckyareal.cz www: http://www.jezdeckyareal.cz	jazdiareň vychádzky pastviny výbehy kolotoč umývací box solárium výcvik koní a jazdcov	Cca: 10 000 Kč + dohoda	18 km
JO Pegas o.s.	JO Pegas o.s. Loučany	jazdiareň vychádzky	4 000 Kč	14 km

	Ivana Konečná tel: + 420 731 564 311 www: http://www.jopegas.cz	výbehy umývací box malá hala výcvik koní a jazdcov		
JK Caballo Křelov o.s.	JK Caballo Křelov o.s. Vladimíra Kočí Křelov tel: +420 724 564 282 e-mail: koci-tomas@volny.cz http://www.jkcaballokrelov.wbs.cz/	jazdiareň vychádzky umývací box solárium	4 000 Kč	5 km
Agrosystém Pohořany s.r.o	Agrosystém Pohořany s.r.o. p. Grohman Pohořany tel: +420 777 114 925 e-mail: vasg@seznam.cz http://www.konepohorany.cz	jazdiareň vychádzky pastviny výbehy umývací box	3 850 Kč	15 km
JK Flanagan s.r.o	JK Flanagan s.r.o. Pavel Spurný Velký Týnec - Vsisko tel: + 420 603 202 448 e-mail: spurny@eurosol.cz http://www.eurosol.cz/aktivity/jezdecky-klub/	jazdiareň hala výbehy pastviny umývací box	4 500 Kč	8 km
Stáj Martin o.s.	Stáj Martin o.s. Jana Neklová Dolany tel: + 420 723 953 660 e-mail: jananeklova@email.cz www: http://www.stajmartin.cz	jazdiareň výbehy pastviny vychádzky výcvik koní a jazdcov	4 000 Kč	10 km
JK Sana Liboš o.s.	JK Sana Liboš o.s. Liboš e-mail: jksanalibos@seznam.cz www: http://www.jksanalibos.websnadno.cz	jazdiareň pastviny výbehy malá hala	4 200 Kč	13 km

		vychádzky umývací box		
Stáj Théta	Stáj Théta Lenka Baková Horka nad Moravou tel: +420 602 788 667 www: http://www.theta.wbs.cz	jazdiareň výbehy pastviny vychádzky kruhovka hipoterapia	3 800 Kč	7 km

Zdroj: vlastná tvorba

Jazdecký klub Derby s.r.o. ponúka ustajnenie koní v boxoch o rozmeroch 3x4 m, vonkajšiu jazdiareň 45x34 m so skokovým materiálom, krytú halu o rozmeroch 25x55 m, kruhovú jazdiareň, novo vybudovanú jazdiareň prispôsobenú na organizovanie jazdeckých pretekov, umývací box a dobré zázemie pre jazdcov a majiteľov koní (šatňa s uzamykacími skrinkami, toalety, sprchový kút, práčka, parkovisko v areáli, detský kútik).

Areál JK Derby je pomerne nový, vybudovaný v roku 2005, do areálu sa stále investuje a areál sa postupne buduje. Hoci cena ustajnenia a doplnkových služieb patrí medzi najvyššie, areál je skutočne pekný a patrí medzi vyhľadávané hlavne u strednej a vyššej sociálnej vrstvy.

JK Derby ponúka pre majiteľov ustajnených koní za príplatok rôzne doplnkové služby ako vodenie koní do výbehu, dekovanie a bandážovanie, pohybovanie koní v neprítomnosti majiteľa. Ďalej jazdecký klub ponúka aj výcvik jazdcov a koní všetkých úrovní pod vedením cvičiteľky s cvičiteľskou a rozhodcovskou licenciou, ktorá má za sebou bohatú športovú kariéru. JK Derby usporadúva aj pravidelné drezúrne a skokové sústredenia a jazdecké preteky v drezúre a parkúrovom skákaní a akcie ako deň detí. Umiestnenie areálu ponúka celkom vyhovujúce podmienky pre vychádzky do prírody.

Potenciálni zákazníci môžu nájsť ponuku JK Derby na internetových stránkach klubu, ďalšiu propagáciu zaisťujú aj propagačné letáky, rozmiestňované na verejne prístupných miestach.

Medzi hlavné nevýhody JK Derby patrí hlavne nedostatočná kapacita výbehov, ktoré majú len hlinený podklad. Nevýhodou je aj mierne neprofesionálny prístup ku klientom a obmedzená prevádzková doba areálu. Klientov bez vlastného auta môže odradiť náročnejšia doprava do areálu, do obce jazdí len vlak, pričom stanica je vzdialená cca 20 min pešej chôdze. U zariadenia tejto kategórie chýba možnosť občerstvenia, prípadne ubytovania, najmä v čase usporiadania pretekov.

Jezdecký areál Hostinův důl Tršice je najnovším a zároveň najmodernejším prírastkom medzi jazdeckými areálmi v okolí mesta Olomouc. Trošku vzdialenejšiu polohu nahrádzajú služby na najvyššej úrovni. Tým však zodpovedá aj ich cena, ktorá je suverénne najvyššia.

Jazdecký areál Hostinův důl ponúka na výber ustajnenie v murovaných boxoch o rozmeroch 4x4 m alebo vo vonkajších boxoch s rozmermi 3x4 m a k tomu na výber medzi balíkom služieb so základnými alebo kompletnými službami. Balík kompletných služieb zahŕňa okrem základných služieb ako kŕmenie koní, čistenie boxov, využívanie jazdiarní, sociálnych zariadení a spoločných priestorov aj čistenie koní, vodenie koní do výbehu a využívanie kolotoča. K nadštandardným službám, ktoré tento jazdecký areál poskytuje svojim zákazníkom patrí napríklad 24 hodinová profesionálna starostlivosť, 24 hodinové stráženie stajní kamerovým systémom, solárium alebo vyhrievaná uzamykateľná sedlovňa s germicídnymi žiaričmi na hubenie mikrobov. K vybaveniu areálu patrí zavlažovaná a osvetlená vonkajšia jazdiareň s rozmermi 70x40 m, osvetlená, zavlažovaná a prevzdušnená krytá hala so zrkadlovou stenou s rozmermi 20x40 m a trávnaté výbehy s prístreškom, kŕmidlom a napájadlom s čerstvou vodou.

Jazdecký areál ponúka aj výcvik jazdcov a koní všetkých úrovní a vychádzky do okolitej prírody. Súčasťou areálu je penzión a reštaurácia. Jazdecký areál pravidelne organizuje jazdecké podujatia (preteky, sústredenia s kvalifikovanými trénermi).

Ponuku služieb nájdeme na profesionálne spracovaných internetových stránkach, jazdecký areál však využíva aj iné formy reklamy, napríklad reklamné plochy v odborných periodikách alebo plošnú reklamu na frekventovaných miestach.

Nevýhodami tohto jazdeckého areálu sú ako som už spomínala väčšia vzdialenosť od Olomouca a vyššia cena ponúkaných služieb. Za nevýhodu považujem aj vysokú vyťaženosť jazdeckých plôch (nutnosť zapísať sa na určitú hodinu podľa harmonogramu).

Jazdecký oddiel Pegas o.s. má dlhoročnú tradíciu v jazdeckom športe. Zaoberá sa najmä prípravou koní a jazdcov na súťaže vo všestrannosti, drezúre a parkúrovom skákaní. Vedľajšou aktivitou je aj vlastný chov a predaj koní vlastného chovu, ktoré dosahujú veľmi dobré výsledky na súťažiach doma aj v zahraničí. Táto stajňa patrí ku skromnejším a menším jazdeckým areálom, ale má dobré meno vďaka jej majiteľom, ktorí sú obaja kvalifikovanými trénermi a skúsenými pretekármi na domácich aj zahraničných súťažiach.

Jazdecký oddiel ponúka pieskovú jazdiareň so skokovým materiálom, malú krytú halu, ustajnenie vo vnútorných murovaných alebo vonkajších drevených montovaných boxoch, sociálne zariadenie pre jazdcov (šatňa, wc).

Propagácia oddielu je zaistená nie príliš profesionálne spracovanou internetovou stránkou a skupinou na Facebooku. Tento oddiel však najviac propagujú kvalita starostlivosti a výcviku koní, športové úspechy jeho členov a koní v tréningu ako aj profesionálny prístup trénerov a majiteľov stajne.

Hlavnou nevýhodou je nedostatočná kapacita ako aj nevhodný povrch a rozmiestnenie výbehov. Ďalšou nevýhodou je sťažená dostupnosť k vychádzkam do prírody- jazdec musí ísť krokom po hlavnej ceste cca 800 m a prejsť cez železničnú trať. Menšou nevýhodou je väčšia vzdialenosť od Olomouca a menej vhodné sociálne zázemie pre jazdcov (sedlovňa, šatňa).

Jazdecký klub Caballo Křelov o.s. je malá športová stajňa, ktorá sa zameriava na parkúr a drezúru. Disponuje len 9 boxami, umývacím boxom, pieskovou jazdiarňou so skokovým materiálom, wc a nie príliš vhodne umiestnenou sedlovňou a šatňou v jednom.

Jazdecký klub vedie majiteľka s cvičiteľskou, trénerskou a rozhodcovskou licenciou. Jazdecký oddiel však neponúka výcvik jazdcov ani koní. Jedinou ponúkanou službou je ustajnenie, ktoré zahŕňa kŕmenie, čistenie boxov a vodenie koní do výbehu. Výbehy sú hlinené s nedostatočnou kapacitou, ako výbeh sa preto používa aj piesková jazdiareň.

Okolie ponúka celkom pekné prostredie na vychádzky do prírody, menšou nevýhodou je nutnosť prejsť cez relatívne frekventovanú komunikáciu. Veľkou výhodou je dobrá dostupnosť MHD a to, že majiteľka býva v areáli preto je zaistený 24 hodinový dozor.

Jazdecký oddiel má amatérsky spracovanú internetovú stránku, ale vzhľadom na svoju veľkosť je kapacita takmer vždy plná a najväčšou propagáciou je doporučenie spokojných zákazníkov.

Veľkou nevýhodou je absencia krytej haly, čo sťažuje jazdenie v daždivom počasi, ďalšou veľkou nevýhodou je nedostatočná kapacita výbehov. Mnohé nedostatky tejto stajne však vyváža individuálny prístup, ktorý je umožnený najmä malou kapacitou stajne a ústretovým prístupom majiteľky.

Agrosystém Pohořany s.r.o. je ekofarma, ktorá sa pôvodne venovala chovu kráv a neskôr pridala k svojim činnostiam aj chov koní. Ekofarma si vyrába vlastné seno a zvieratám je dispozícií čistá voda z vlastnej studne.

Ekofarma ponúka len ustajnenie koní, jazdecký výcvik ani výcvik koní neponúka. Kone je tu možné ustajniť vo svetlých a dobre odvetraných boxoch o veľkosti 3x3,4 m. Samozrejmosťou areálu je piesková jazdiareň so skokovým materiálom o rozlohe 50 x25 m, kruhová jazdiareň, umývací box, sedlovňa. Veľkou výhodou sú rozľahlé trávnaté pasienky s rozlohou až 6 ha s možnosťou úkrytu v prístrešku a s prístupom k vode. Nadštandardom je aj možnosť sledovania koní cez internet.

Ekofarma má profesionálne spracovanú internetovú stránku a skupinu na Facebooku.

Jedinou nevýhodou tejto stajne sa javí absencia krytej haly.

Jazdecký klub Flanagan s.r.o. je športovo zameraným jazdeckým klubom, ktorý sídli v areáli bývalého družstva Vsisko. Ponúka dve pieskové jazdiarne, krytú halu, skokový materiál, drezúrny obdĺžnik, tri trávnaté a jednu pieskovú ohradu pre prípad nepriaznivého počasia.

Jazdecký klub neponúka jazdecké hodiny ani výcvik koní, je čisto nájomnou stajňou pre súkromných majiteľov. Má však jazdecký oddiel pre deti, ktoré sa môžu stať jeho členmi.

Svojou rozlohou a ponukou JK Flanagan ponúka ideálne podmienky pre tréning koní a jazdcov. Stajňa sa neustále renovuje a poskytuje dobré zázemie pre jazdcov.

JK Flanagan má zatiaľ nie príliš vhodne riešenú internetovú stránku, nová internetová stránka by však mala byť v príprave.

Nevýhodou tejto stajne je najmä väčšia vzdialenosť z určitých častí Olomouca, ako aj nie príliš vhodné možnosti na vychádzky do terénu.

Stáj Martin o.s. je ďalšou menšou športovou stajňou, ktorá je známa najmä vďaka športovým úspechom jej majiteľky a prevádzkarky v jednej osobe, ktorá sa zúčastňuje domácich aj zahraničných súťaží v parkúre, drezúre a military.

Zo služieb táto stajňa ponúka ustajnenie koní, výcvik jazdcov a výcvik koní. Na výber ponúka ustajnenie vo vnútorných murovaných alebo vonkajších boxoch. K dispozícii je piesková jazdiareň vybavená skokovým materiálom, sedlovňa a šatňa so sociálnym zázemím. Veľkou výhodou sú trávnaté výbehy celkovej rozlohy až 5 ha. Ďalšou výhodou je dobrá dostupnosť MHD a pekné prostredie na vychádzky do okolitej prírody.

Stáj Martin má vlastnú internetovú stránku a tiež rozdáva letáky v predajniach, najväčšou reklamou je však pre túto stajňu kvalitný výcvik koní a jazdcov, ktorý ponúka.

Menšou nevýhodou je absencia krytej haly.

Jezdecký klub Sana Liboš je menším jazdeckým klubom, ktorý sa nachádza v zástavbe rodinných domov a je využívaný najmä nižšou sociálnou vrstvou.

Na amatérsky spracovaných internetových stránkach ponúka ustajnenie koní, vonkajšiu pieskovú jazdiareň so skokovým materiálom, krytú halu a parkúrový výcvik. Výhodou je 5 trávnatých ohrád, možnosť vychádzok do prírody a pre zákazníkov určite aj nižšia cena, za ktorú tento jazdecký klub ponúka svoje služby.

Stáj Théta o.s. sa nachádza v krásnom prostredí CHKO Litovelské Pomoraví, vďaka čomu ponúka krásne prostredie k vychádzkam do prírody. Táto stajňa je zameraná skôr rekreačne, ako jediná ponúka aj hipoterapiu.

Ustajnenie je možné vo vnútorných boxoch, k dispozícii sú dve jazdiarne plus jedna kruhová a dva výbehy z toho jeden trávnatý. Zázemie pre jazdcov nie je v príliš

vyhovujúcim stave a potrebovalo by rekonštrukciu, rovnako aj okolie stajne a jej vybavenie.

7.2.3 Analýza zákazníkov

Analýzu zákazníkov jazdeckých areálov si dovoľím urobiť najmä na základe dlhoročných aktívnych skúseností s jazdeckými areálmi a častým kontaktom s touto skupinou ľudí.

Keďže je jazdectvo mimoriadne finančne nákladným športom jazdecké areály sa zameriavajú najmä na strednú a vyššiu sociálnu vrstvu obyvateľstva.

Jazdectvo na súťažnej úrovni je veľmi fyzicky a časovo náročný šport, ktorý si vyžaduje mimoriadnu fyzickú a psychickú odolnosť jazdca, preto v športovo zameraných jazdeckých areáloch a kluboch nájdeme hlavne mladých športovo zameraných ľudí vo veku od 12 do 30 rokov. V jazdeckých areáloch ponúkajúcich rekreačnú jazdu na koni, agroturistiku alebo hipoterapiu zas obvykle nájdeme rodiny s deťmi, prípadne zamestnaných ľudí, ktorý hľadajú možnosť aktívneho oddychu.

Drvivej väčšine majiteľov koní leží na srdci hlavne pohodlie ich štvornohých miláčikov, preto sú vo väčšine ochotní obetovať vlastné pohodlie pre dobro svojho koňa. Vzrastá však počet jazdeckých zariadení, kde majitelia koní nájdú ideálny podmienky pre svojho koňa aj pre seba. Vyznávači jazdectva, ktorí zatiaľ nemajú vlastného koňa sa rozhodujú najmä podľa profesionality personálu, vhodnosti koní pre ich výcvik a príjemného prostredia.

Pri výbere ustajnenia alebo výcvikového zariadenia sa zákazníci jazdeckých areálov riadia v prvom rade podľa skúseností a referencií svojich známych, v prípade, že im v danej oblasti nemá kto poradiť vyhľadávajú informácie o zariadeniach na internete, z času na čas zaujme aj reklama alebo článok v odbornej tlači.

8 Produkty (služby) podniku

Hlavnou službou JK Cordoba bude ustajňovanie koní, výcvik koní a jazdecká škola. Postupom času organizovanie športových podujatí a odborných seminárov. Ako vedľajšiu činnosť bude podnik poskytovať agroturistiku, rekreačnú jazdu na koni alebo organizovanie firemných akcií. Postupne bude podnik svoje služby rozširovať podľa svojich možností a prání zákazníkov. V pláne je vybudovanie detského kútiku, mini zoo, otvorenie predajne s jazdeckými potrebami a športovým materiálom, výroba a predaj sena, ovsu a kŕmnych zmesí.

8.1 Ustajňovanie koní

Podnik plánuje pre začiatok ponúkať ustajnenie v 20-tich priestorných boxoch o rozmeroch 3,5x4 m s automatickou napájačkou a žľabom. Boxy aj podlaha stajne budú pokryté špeciálnou gumou, ktorá vytvorí stabilný, pružný, protišmykový a bezpečný povrch pre kone. V ponuke budú aj 2 nadštandardne vybavené boxy pre žrebné kobyly a kobyly so žriebätami. Celková kapacita areálu je teda 22 boxov, z toho 2 boxy sú vyhradené pre kone patriace firme na využitie do jazdeckej školy.

Zákazníci budú mať možnosť sledovať svoje kone cez internet vďaka nainštalovanému bezpečnostnému systému. Pre kone jazdecký areál ďalej ponúkne umývací box, krytú jazdeckú halu s rozmermi 75x45m, kruhovú jazdiareň, vonkajšiu jazdiareň s rozmermi 75x45m, samozrejmosťou sú trávnaté výbehy. Postupom času pribudne solárium a pohybovacie zariadenie (kolotoč). Pre majiteľov koní bude k dispozícii vyhrievaná sedlovňa, sociálne zariadenia (wc, sprcha), šatne a klubovňa. V budúcnosti pribudne detský kútik a mini zoo s králikmi, ovcami, kozami a podobne.

Ustajňovanie koní jazdecký areál bude poskytovať na základe zmluvy o ustajnení (viz vzor nájomnej zmluvy v prílohe E).

Potenciálny nájomník bude mať možnosť vybrať si z viacerých balíkov služieb, ktoré budú finančne a obsahovo diferencované. Základný balík bude zahrňovať základné služby ako ustajnenie, základné kŕmenie, napájanie a vodenie do výbehu. Samozrejmosťou je celodenný dohľad nad koňom pretože v objekte budú vytvorené aj

podmienky pre ubytovanie personálu prípadne ubytovanie majiteľov. Majitelia ustajnených koní tak k nim budú mať neobmedzený prístup.

K základnému balíku služieb si bude môcť zákazník priobjednať balík doplnkových služieb ako výcvik koňa, výcvik jazdca, dekovanie a bandážovanie koňa, kŕmenie špeciálnymi krmivami podľa prania zákazníka. Samozrejmosťou je kontaktovanie majiteľa v prípade komplikácií ako úraz koňa a podobne, zabezpečenie služieb veterinára a kováča. Za tieto služby si však každý majiteľ platí samostatne, rovnako ako rozhoduje o vykonaných úkonoch.

8.2 Výcvik jazdcov (jazdecká škola)

Jazdecká škola má ambíciu stať sa jednou zo základných a najviac využívaných služieb jazdeckého areálu. Výcvik jazdcov bude poskytovaný majiteľom ustajnených koní na vlastných koňoch a aj zákazníkom, ktorí v jazdeckom areály nebudú mať ustajnené vlastné kone, ale majú záujem naučiť sa jazdiť na koni. K tomu bude mať jazdecký areál k dispozícii kone vhodné ku konkrétnemu stupni výcviku jazdca.

Zárukou úspechu je individuálny prístup k zákazníkovi podľa jeho možností, schopností a osobných želaní. Pre pokročilých jazdcov je možnosť vychádzok do prírody. Základným predpokladom pre kvalitné poskytovanie tejto služby je skúsený cvičiteľ a tréner, ktorý sa vyznačuje individuálnym a citlivým prístupom k zákazníkom a má dlhoročné skúsenosti s tréňovaním koní a jazdcov.

8.3 Výcvik koní

Ďalšou zo základných ponúkaných služieb je výcvik koní podľa prání majiteľa. Keďže sa jazdecký areál plánuje zamerať na anglické jazdenie najmä parkúr a drezúru, bude ponúkať najmä výcvik koní na tieto dve disciplíny. Na tieto činnosti podnik zamestná na plný úväzok skúseného trénera a jazdca s dobrým renomé, ktorý bude tieto činnosti zabezpečovať. Zákazník si bude môcť vybrať nielen z výcviku koňa na parkúrové a drezúrne disciplíny ale podnik bude ponúkať aj obsadenie mladých koní, výcvik problémových koní a výcvik koní na rekreačné jazdenie.

8.4 Športové podujatia

Postupom času, po zabehnutí činnosti podniku, plánujeme organizáciu športových podujatí pod záštitou Českej jazdeckej federácie (ČJF). Zameriavať sa budeme na drezúrne a parkúrové preteky, v prípade záujmu je možnosť organizácie skúšok základného výcviku jazdca alebo skúšok cvičiteľov jazdenia.

8.5 Odborné semináre a sústredenia

V poslednej dobe veľmi narástol záujem majiteľov koní a jazdcov o vzdelávanie v oblasti jazdectva, veterinárnej starostlivosti alebo prirodzenej komunikácie s koňmi. Podnik sa preto bude snažiť organizovať skokové a drezúrne sústredenia s renomovanými trénermi. Možná je v tomto smere aj spolupráca s Českou jazdeckou federáciou. Podľa záujmu zákazníkov je možná aj organizácia veterinárnych kurzov a kurzov tzv. partnershipu alebo prirodzenej komunikácie s koňmi. Pre externých záujemcov o kurzy, podnik ponúkne možnosť krátkodobého ustajnenia koňa v mobilných boxoch.

8.6 Firemné akcie

V súčasnosti mnoho firiem využíva možnosti utuženia pracovného kolektívu prostredníctvom tzv. teambuildingových aktivít. Jednou z vyhľadávaných foriem teambuildingových aktivít prípadne iných firemných akcií (oslavy, vianočné večierky a pod.) je aj agroturistika a služby s ňou spojené. Tieto služby budeme ponúkať najmä v spolupráci s hotelom Prachárna, ktorý ponúka ideálne podmienky pre ubytovanie, stravovanie a športové vyžitie. Náš podnik môže poskytnúť agroturistické služby podľa prianí zákazníka.

8.7 Vedľajšie služby

Ako vedľajšie služby bude podnik ponúkať poradenstvo pri výbere a kúpe koňa, dopravu koní v špeciálnom privesnom vozíku, dopravu a pomoc na pretekoch, pomoc pri vybavovaní potrebných dokladov pre kone, pomoc pri veterinárnych ošetreniach a pri kutí koňa alebo strihanie koní.

9 Organizačná štruktúra podniku

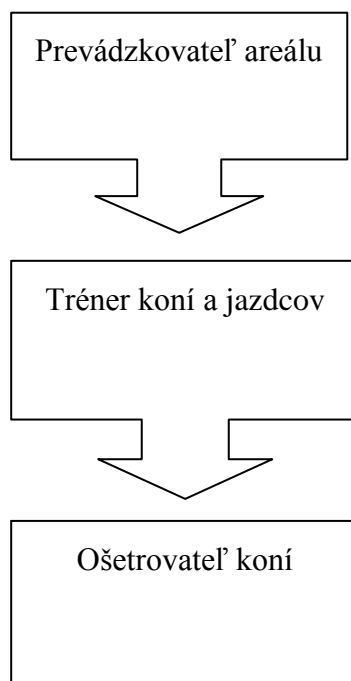
Prevádzkovateľom areálu bude jeden zo spoločníkov firmy. Prevádzkovateľ je osobou zodpovednou za chod areálu, získavanie klientov, komunikáciu s klientmi a dodávateľmi. Prevádzkovateľ je osobou zodpovednou aj za výber trénera s ošetrovateľa a po ich prijatí do zamestnaneckého pomeru im zadáva jednotlivé pracovné úlohy.

Veľmi dôležitou osobnosťou podniku je skúsený tréner koní a zároveň tréner jazdectva s licenciou. Pretože v tejto oblasti sú veľmi dôležité skúsenosti a dobré výsledky v práci s koňmi, budeme trénera vyberať na základe osobných skúseností a profesijného renomé jednotlivých trénerov. Vybrané osoby oslovíme s konkrétnou ponukou práce s individuálnym prístupom k vyjednaniu podmienok pracovnej zmluvy. Zo začiatku podnik zamestná jednu kvalifikovanú osobu schopnú zvládať obidve úlohy na plný úväzok. Do budúcnosti, pri postupnom rozširovaní kapacity areálu, je preferovaný model zamestnať jednu osobu na plný úväzok pre tréning koní a jednu osobu na plný úväzok na tréning jazdcov. Možnosťou je však aj zamestnať viacerých trénerov na skrátený úväzok, s tým, že zákazník si bude môcť vybrať trénera podľa svojich preferencií. Mzda trénera bude predmetom prejednávania podmienok pracovnej zmluvy.

Ďalším dôležitým členom pracovného tímu je kvalifikovaný ošetrovateľ koní. Ošetrovateľ zabezpečuje každodenné čistenie a vyhnojovanie boxov, prípravu krmiva a kŕmenie koní 3x denne v závislosti na požiadavkách klienta, odvádza kone do výbehu a privádza ich z výbehu, udržuje čistotu stajní, pomáha pri veterinárnych a kováčskych úkonoch, vykonáva dohľad nad koňmi vo výbehu a v stajni, podľa požiadaviek klienta kone pohybuje, čistí, bandážuje, dekuje alebo im dáva chrániče do výbehu. Areál ošetrovateľovi poskytuje ubytovanie. Ošetrovateľovi zadeluje prácu tréner alebo prevádzkar areálu. Ošetrovateľ bude zamestnancom firmy.

Všetky ostatné činnosti ako marketing, účtovníctvo, právne služby alebo odvoz odpadu podnik zabezpečuje prostredníctvom externých spolupracovníkov.

Schéma č. 2: Organizačná štruktúra podniku



Zdroj: vlastná tvorba

10 Obchodný plán

Firma disponuje kapitálom v hodnote 5 700 000 Kč, z toho 250 000 Kč je hodnota osobného automobilu, ktorý je vkladom do základného imania firmy a 5 450 000 Kč je vo forme peňažných prostriedkov na bežnom účte. Od investora firma potrebuje získať 5 000 000 Kč. Investor bude spoločníkom, pričom práva a povinnosti spoločníkov upraví spoločenská zmluva.

10.1 Nákup budov a pozemkov

Zo získaných finančných od investora podnik odkúpi budovy budúceho areálu, ktoré sú na predaj za cenu 3 000 000 Kč. Jedná sa o hlavnú budovu stajní a tri príslušné menšie budovy. Tieto budovy budú musieť prejsť prestavbou a rekonštrukciou. Vonkajšími úpravami prejdú aj pozemky, ktoré podnik odkúpi za cenu 5 000 000 Kč.

10.2 Rekonštrukcia a výstavba areálu

Pri stavebných a terénnych úpravách areálu podnik využije služby stavebnej firmy podľa vlastného výberu, ktorý bude prebiehať na základe finančnej výhodnosti ponúk a referencií jednotlivých firiem. Odhadované náklady na rekonštrukciu a stavebné úpravy sú 1 200 000 Kč s DPH.

Za výber stavebného materiálu a materiálu na vybavenie stajní a iných budov bude zodpovedný prevádzkovateľ areálu pod dohľadom oboch spoločníkov. Výber bude prebiehať na základe vlastných skúseností tak, aby spĺňal všetky požiadavky na kvalitu, funkčnosť, bezpečnosť a dlhú životnosť a zároveň aby sa zmestil do financií vyčlenených na prestavbu areálu. Odhadované náklady na vybavenie stajní a ostatných budov sú 500 000 Kč s DPH.

Príklad dodávateľa boxov pre kone:

- Equiboxes (www.equiboxes.eu)

Príklad dodávateľa stajňového vybavenia :

- Equitum s.r.o. (www.equitum.cz)

10.3 Obstaranie iného hmotného majetku

Firma bude potrebovať zakúpiť prívesný vozík na dopravu koní. Mierne jazdený prívesný vozík od súkromnej osoby v dobrom stave je možné zakúpiť v hodnote cca 100 000 Kč.

Veľmi dôležitou investíciou je nákup koní do jazdeckej školy. Výberu koní vhodných pre jazdeckú školu je potrebné venovať maximálnu pozornosť. Predpokladá sa pre začiatok výber dvoch koní rôzneho stupňa výcviku, každý v hodnote cca 75 000 Kč. Do jazdeckej školy je potrebné zakúpiť aj jazdeckú výstroj pre každého z koní v súhrnnej hodnote cca 50 000 Kč.

Tabuľka č.5: Prehľad jazdeckej výstroje pre 1 koňa jazdeckej školy

Sedlo	20 000 Kč
Uzdička (kompletná)	2 000 Kč
Chrániče	1 000 Kč
Čistiace potreby	1 000 Kč
Deka	1 000 Kč
Spolu	25 000 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

10.4 Obstaranie obežného majetku

Pre chod jazdeckého areálu je potrebné zaistiť najmä každodennú spotrebu krmiva pre kone teda lúčneho sena, ovsu, prípadne špeciálnych krmných zmesí vo forme granúl a krmné doplnky ako soľný liz alebo vitamínové doplnky. Ako podstielka slúži slama, alebo špeciálna granulovaná podstielka s vyššou sacou schopnosťou a nižšou produkciou hnoja

Pre začiatok potrebné suroviny bude podnik odoberať od externých dodávateľov. Do budúcnosti má podnik v pláne prenajať prípadne odkúpiť okolitú poľnohospodársku pôdu a z časti na nej pestovať vlastné obilniny a seno, na zabezpečenie vlastnej spotreby týchto surovín, prípadne ďalší predaj iným spotrebiteľom.

Krmivo a podstielku je potrebné zabezpečovať na dlhšiu dobu dopredu, najmä na zimu je potrebné vytvárať dostatočné zásoby. Krmivo a podstielku je potrebné skladovať vo vhodných priestoroch aby nenavlhli, nesplesneli, nezaparili sa alebo aby neboli prašné a aby sa dlhodobo zachovala ich kvalita

Podnik bude ako podstielku využívať najmä pelety zo slamy, ktoré sa vyznačujú veľmi dobrými vlastnosťami ako vyššia sacia schopnosť, menšia prašnosť a menšia produkcia hnoja. Nahromadený hnoj je však potrebné pravidelne odvážať načo sa podnik pokúsi nájsť odberateľa, ktorý spracováva konský hnoj a bude ho zdarma pravidelne odvážať. Inak podnik zaistí pravidelný odvoz hnoja.

Možný dodávateľ spotrebného materiálu a krmiva:

Dodávateľia sena:

- Kvatro-Ekostatek s.r.o. (www.chovkoni-kvatroekostatek.cz)
- Predaj kvalitného pasterbného sena Horsemax (www.jezdeckyareal.cz)

Dodávateľ ovsa:

- Statek Adámek (www.statekadamek.cz)

Dodávateľ slamových peliet na podstielku:

- Agropellets s.r.o. (www.agropellets.cz)

Granule, solný liz, krmne a vitamínové doplnky:

- Equiservis spol. s.r.o (www.equiservis.cz)

10.5 Predpokladané tržby z predaja služieb

Podnik predpokladá najvýznamnejšie tržby zo služieb ustajnenie, výcvik koní, výcvik jazdcov a doplnkových služieb. Ostatné služby ako napríklad organizovanie firemných a športových akcií budú príležitostného charakteru a podnik sa nimi bude zaoberať až po úplnom zabehtnutí hlavných služieb.

10.5.1 Tržby z ustajnenia koní a doplnkových služieb

Ustajnenie koní má predstavovať hlavný zdroj príjmov podniku. Podnik preto predpokladá najvyššie tržby práve z poskytovania tejto služby. Cena základného balíka služieb ustajnenia je 7 000 Kč/mesiac a zahrňuje prenájom boxu, využívanie priestorov areálu, kŕmenie 3x denne, podstielanie a každodenné čistenie boxu. Veterinárne poplatky, poplatky za služby kováča a iné si platí každý majiteľ koňa individuálne. Podnik zo začiatku počíta s postupným naplňaním kapacity ustajnenia. V prvom pol roku svojej činnosti počíta s naplnením polovice svojej kapacity, teda 10 nájomných boxov, v druhom pol roku svojej činnosti podnik počíta už s naplnením plnej kapacity nájomných boxov.

K základnému balíku služieb ustajnenia je možné priplatiť si balík doplnkových služieb v cene 3 000 Kč/mesiac, ktorý zahrňuje podľa prania zákazníka služby ako bandážovanie, dekovanie, výcvik majiteľov ustajnených koní a pod. Podnik počíta s využitím balíka doplnkových služieb polovicou z aktuálneho počtu nájomníkov, teda 5 nájomníkov za prvý pol rok činnosti, za druhý pol rok a nasledujúce roky 10 nájomníkov.

10.5.2 Tržby z výcviku jazdcov

Výcvik jazdcov je spomedzi plánovaných tržieb druhou najproduktívnejšou službou podniku. Majitelia ustajnených koní si môžu jazdecký výcvik na vlastnom koni priplatiť v rámci doplnkového balíka služieb (2hodiny/týždeň), preto sa do tržieb za výcvik jazdcov nepočítajú. Do tržieb z výcviku jazdcov sa počítajú len hodiny

zákazníkov na koňoch jazdeckého klubu alebo hodiny majiteľov ustajnených koní nad rámec doplnkového balíka služieb. V prvom pol roku činnosti podnik počíta s priemerným využívaním tejto služby 2 hodiny/deň, v druhom pol roku činnosti a v ďalších rokoch 4 hodiny/deň. Cena hodiny jazdeckého výcviku je 400 Kč a vychádza najmä z porovnania cien konkurencie.

10.5.3 Tržby z výcviku koní

Výcvik koní je takisto službou, ktorú si majitelia ustajnených koní môžu priplatiť v rámci doplnkového balíka služieb (2hodiny/týždeň). Hodiny výcviku nad rámec doplnkového balíka služieb sa účtujú sadzbou 350 Kč/hodina (cena vychádza najmä z porovnania cien konkurencie). Podnik predpokladá s priemerným využitím tejto služby v prvom pol roku 2x/deň a v druhom pol roku a v ďalších rokoch 4x/deň.

11 Marketingový plán

Premyslený a aktívny marketing bude podnik potrebovať najmä k naplneniu svojho krátkodobého cieľa a teda k naplneniu kapacity podniku. Z dlhodobého hľadiska bude marketing podniku sledovať najmä udržanie priazne svojich stálych klientov a prilákanie klientov na služby, ktoré majú krátkodobejší charakter ako napríklad odborné semináre.

11.1 Segmentácia trhu

Pri segmentácii trhu, ktorá nám pomôže identifikovať cieľovú skupinu zákazníkov použijeme geografické, demografické a psychografické kritérium.

11.1.1 Geografické kritérium

Čo sa týka ustajnenia koní, tréningu jazdcov a agroturistiky podnik sa zameria na obyvateľov Olomouca a blízkeho okolia. Pri službách ako ustajnenie koní, organizácia športových podujatí a odborných seminárov sa podnik zameria na obyvateľov Českej a Slovenskej republiky, pretože pri týchto službách sú zákazníci ochotní prekonávať väčšie vzdialenosti.

11.1.2 Demografické kritérium

Z hľadiska demografického sa podnik zameria hlavne na mladšiu skupinu obyvateľstva (10-40 rokov) a vzhľadom na vysoký štandard ponúkaných služieb a finančnú náročnosť chovu koní a jazdeckého športu na zákazníkov s vyššími príjmami.

11.1.3 Psychografické kritérium

Psychografické kritérium nás jednoznačne odkazuje na skupinu obyvateľstva, ktoré má kladný vzťah k zvieratám a aktívne sa venuje jazdeckému športu a chovu koní.

11.2 Produkt

Produktom nášho podniku sú poskytované služby. Z marketingového hľadiska sa budeme zaoberať hlavnými službami podniku, teda ustajnením, jazdeckou školou a výcvikom koní. Ostatné služby majú doplnkový charakter prípadne sú príležitostného charakteru (odborné semináre, športové podujatia), preto sa nimi nebudeme z marketingového hľadiska zaoberať.

Jednotlivé služby podniku už boli popísané vyššie. Z hľadiska marketingového sa preto budeme snažiť zdôrazniť odlišnosť našich služieb od služieb konkurenčných a vyzdvihnúť teda určitú konkurenčnú výhodu, ktorá pritiahne zákazníkov.

11.2.1 Ustajnenie koní

- *Veľmi dobrá dostupnosť a blízkosť od centra Olomouca* – väčšina dobrých jazdeckých areálov v okolí Olomouca sa nachádza vo vzdialenosti cca 20 km od centra Olomouca, čo vyžaduje od zákazníkov ďalšie investície vo forme času alebo dopravy. Výhodnú polohu dopĺňa možnosť vychádzok do prírody a bezprostredná blízkosť reštauračného a ubytovacieho zariadenia.
- *Profesionálne a moderné vybavenie areálu, zázemie pre klientov* – klientom chceme ponúkať všetko zázemie, ktoré si tréning koní a jazdcov vyžaduje, čo bohužiaľ nie je zatiaľ vo všetkých jazdeckých zariadeniach štandardom. Naš areál ponúkne všetok komfort koňom aj ich jazdcom a majiteľom.
- *Kvalifikovaný personál a služby profesionálneho trénera* – na rozdiel od mnohých iných jazdeckých areálov kde si majitelia musia zabezpečovať

trénera sami, náš areál ponúka služby trénera priamo v areáli a za výhodnejších podmienok, keďže majitelia nemusia trénerovi platiť dopravu do areálu. Odborne spôsobilý na prácu s koňmi a profesionálny prístup ku klientom bude všetok personál areálu.

- *Individuálny prístup ku klientom* – náš podnik sa bude snažiť vyhovieť aj individuálnym požiadavkám klienta.
- *Organizovanie odborných seminárov a športových podujatí priamo v areáli* – tieto služby budú zaujímavou pridanou hodnotou pre majiteľov a jazdcov ustajnených koní, pretože nebudú musieť za týmito akciami cestovať.

11.2.2 Výcvik jazdcov (jazdecká škola)

- *Prispôsobenie sa tempu a možnostiam klienta.*
- *Individuálny prístup.*
- *Kone vhodné pre jazdcov v rôznom stupni výcviku* – naša jazdecká škola bude disponovať koňmi rôznych veľkostí, schopností, temperamentu a predpokladov a by si každý jazdec mohol vybrať podľa svojich preferencií a najmä podľa stupňa dosiahnutého výcviku.

11.2.3 Výcvik koní

- *Jedinečnosť na trhu* - touto službou sa zaoberá len málo jazdeckých areálov a trénerov v Českej alebo Slovenskej republike.
- *Renomovaný tréner* – na túto službu podnik najmä trénera s dobrým renomé, ktorý pritiahne klientelu.
- *Prispôsobenie sa požiadavkám klienta* – výcvik koňa bude prebiehať na základe individuálnych pokynov a požiadaviek klienta.
- *Výcvik aj problémových a mladých koní* – výcviku problémových a obsadeniu mladých koní sa väčšina trénerov nechce venovať, preto túto službu poskytuje len veľmi málo jazdeckých zariadení.

11.3 Cena

Cenu jednotlivých služieb budeme tvoriť na základe analýzy nákladov s pridaním ziskovej prirážky a analýzy cien konkurencie, pričom sa budeme prikláňať k stratégií tzv. prémiovosti čo ako uvádza Heriban (2010) znamená „vysoká kvalita za vysokú cenu“.

Presné ceny bude možné vykalkulovať až po vybudovaní areálu, preto na tomto mieste uvádzame len ceny orientačné. Podnik počíta s poskytovaním množstevných a skupinových zliav (napr. permanentka na 10 hodín výcviku, zľava pri ustajnení dvoch a viac koní jedného majiteľa a podobne).

Cena základného ustajnenia	7 000 Kč/ mesiac
Balík doplnkových služieb k ustajneniu	3000 Kč/mesiac
Cena jazdeckého výcviku.....	400 Kč/hodina
Cena výcviku koní.....	350 Kč/hodina

11.4 Propagácia

Čo sa týka bežnej marketingovej komunikácie a propagácie podnik investuje do vytvorenia internetovej stránky podniku externým dodávateľom. Ďalej si podnik nechá vyrobiť informačné letáky, ktoré rozmiestni najmä v špecializovaných predajniach alebo na jazdeckých podujatiach. Podnik taktiež investuje do reklamy v špecializovaných periodikách alebo na špecializovaných webových stránkach. Ďalšou veľmi obľúbenou formou propagácie, ktorú podnik mieni využiť je vytvorenie stránky jazdeckého areálu na Facebooku.

Jazdectvo špecifickým odvetvím podnikania a potenciálni zákazníci si vyberajú najmä na základe referencií. Preto sa podnik bude sústreďovať najmä na tento spôsob komunikácie. Na začiatku bude najväčším lákadlom pre zákazníkov kvalitný a známy tréner.

11.5 Ľudský faktor

Poskytovanie služieb je najmä o ľuďoch, ktorí ich poskytujú. Preto náš podnik bude klásť veľký dôraz na spoľahlivý, odborný, kvalifikovaný, dôveryhodný, komunikatívny a vnímavý personál. Personál bude vyškolený vnímať zákazníka ako svojho pána a zároveň priateľa, nie ako príťaž.

11.6 Partnerstvá

Dnes sú v oblasti služieb a najmä v oblasti agroturistiky a služieb jej podobných dôležité aj tzv. komplementárne služby, ktoré sú poskytované externými subjektmi. V našom prípade sa jedná najmä o blízky hotel Prachárna, ktorá okrem ubytovania a stravovania ponúka aj služby ako sauna, tenis alebo rybárčenie vo vlastnom jazierku.

Do tejto kategórie sa počítajú aj partnerstvá so sprostredkovateľmi predaja služieb, s ktorými sa podnik bude snažiť nadviazať spoluprácu. Jedná sa najmä o cestovné kancelárie, teambuildingové agentúry a podobne.

12 Finančný plán

12.1 Rozpočet potreby štartovného kapitálu

Rozpočet potreby štartovného kapitálu rozdelíme do 4 hlavných kategórií finančných prostriedkov. Finančné prostriedky na obstaranie obežného majetku a finančné prostriedky na pokrytie počiatočných prevádzkových nákladov uvádzame vo výhl'ade 6 mesiacov pri polovičnom naplnení kapacity areálu (10 ustajnených koní).

Uvedené ceny sú orientačné a vychádzajú z aktuálnej priemernej trhovej hodnoty jednotlivých položiek.

Vkladom do základného imania firmy je osobné vozidlo v hodnote 250 000 Kč.

12.1.1 Finančné prostriedky nutné k založeniu firmy

Tabuľka č.5: Finančné prostriedky nutné k založeniu firmy

Vklad do základného imania firmy	250 000 Kč
Poplatok za vydanie živnostenského listu	5 000 Kč
Poplatok za zápis do obchodného registra	5 000 Kč
Poplatok za notárske overenie listín	2 000 Kč
Internetové stránky	8 000 Kč
Informačné materiály (letáky)	10 000 Kč
Spolu za finančné prostriedky nutné k založeniu firmy	280 000 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

12.1.2 Finančné prostriedky na obstaranie dlhodobého majetku

Tabuľka č.6: Finančné prostriedky na obstaranie dlhodobého majetku

Nákup budov	3 000 000 Kč
Nákup pozemkov	5 000 000 Kč
Rekonštrukcia budov a stavebné úpravy areálu	1 200 000 Kč
Vybavenie a zariadenie stajní a budov	500 000 Kč
Príves na dopravu koní	100 000 Kč
Kone pre jazdeckú školu (2 ks)	150 000 Kč
Výstroj pre kone do jazdeckej školy	50 000 Kč
Spolu za finančné prostriedky na obstaranie dlhodobého majetku	10 000 000 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

12.1.3 Finančné prostriedky potrebné na obstaranie obežného majetku

Zásoby na prvých 6 mesiacov činnosti pri polovičnom naplnení kapacity areálu, t.j. 10 nájomných koní + 2 kone jazdeckej školy.

Tabuľka č.7: Finančné prostriedky na obstaranie obežného majetku

Zásoby sena	43 200 Kč
Zásoby granúl alebo ovsu	43 200 Kč
Zásoby podstielky	36 000 Kč
Ostatné prevádzkové potreby	14 400 Kč
Spolu za finančné prostriedky na obstaranie obežného majetku	136 800 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

12.1.4 Finančné prostriedky potrebné na zahájenie podnikateľskej činnosti

Cena práce trénera zahrňuje hrubú mzdu a poistné hradené zamestnávateľom. Ceny sú kalkulované na prvých 6 mesiacov činnosti podniku.

Tabuľka č.8: Finančné prostriedky na zahájenie podnikateľskej činnosti

Elektrina (záloha)	48 000 Kč
Voda (záloha)	30 000 Kč
Poplatok za telefón	9 600 Kč
Cena práce trénera	120 000 Kč
Cena práce ošetrovateľa	72 000 Kč
Spolu za finančné prostriedky na zahájenie podnikateľskej činnosti	279 600 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

12.1.5 Rozpočet potreby štartovného kapitálu celkom

Tabuľka č. 9: Rozpočet potreby štartovného kapitálu celkom

Finančné prostriedky nutné k založeniu firmy	280 000 Kč
Finančné prostriedky na obstaranie dlhodobého majetku	10 000 000 Kč
Finančné prostriedky na obstaranie obežného majetku	136 800 Kč
Finančné prostriedky na zahájenie podnikateľskej činnosti	279 600 Kč
Finančné prostriedky nutné k zahájeniu podnikateľskej činnosti celkom	10 696 400 Kč

12.2 Otváracia súvaha

Podnik disponuje vlastným kapitálom v hodnote 5 700 000 Kč (z toho 250 000 Kč hodnota osobného automobilu). Ostatné finančné prostriedky potrebné k zahájeniu podnikateľskej činnosti, t.j. 5 000 000 Kč, plánuje podnik získať od investora, ktorý sa stane spoločníkom firmy.

Tabuľka č.10 : Otváracia súvaha- zjednodušená

Označenie	AKTÍVA	Stav (tis. Kč)
	AKTÍVA CELKOM	10 700
A.	Pohľadávky za upísané základné imanie	0
B.	Stále aktíva	250
B.I.	Dlhodobý nehmotný majetok	0
B.II.	Dlhodobý hmotný majetok	250
B.III.	Dlhodobý finanční majetok	0
C.	Obežné aktíva	10 450
C.I.	Zásoby	0
C.II.	Dlhodobé pohľadávky	0
C.III.	Krátkodobé pohľadávky	0
C.IV.	Krátkodobý finančný majetok	10 450
D.	Ostatné aktíva	0
D.I.	Časové rozlíšenie	0
Označenie	PASÍVA	Stav (tis. Kč)
	PASÍVA CELKOM	10 700
A.	Vlastné imanie	10 700
A.I.	Základné imanie	10 700
A.II.	Kapitálové fondy	0
A.III.	Rezervné fondy, nedeliteľný zisk a ostatné fondy zo zisku	0
A.IV.	Výsledok hospodárenia minulých rokov	0
A.V.	Výsledok hospodárenia bežného účtovného obdobia	0
B.	Cudzie zdroje	0
B.I.	Rezervy	0
B.II.	Dlhodobé záväzky	0
B.III.	Krátkodobé záväzky	0
B.IV.	Bankové úvery a výpomoci	0
C.	Ostatné pasíva	0
C.I.	Časové rozlíšenie	0

Zdroj: vlastná tvorba

12.3 Plán nákladov, výnosov a hospodárskeho výsledku

12.3.1 Vstupné náklady

Firma aj väčšina jej dodávateľov sú platcami DPH (aktuálna sadza pre rok 2012 je 20%). Položky, ktoré firmy odkúpila od osôb, ktoré nie sú platcami DPH a položky u ktorých sa odpočet DPH neuplatňuje sú uvedené bez odpočtu DPH.

Tabuľka č.11: Vstupné náklady

Položka	Čiastka bez DPH	Čiastka s DPH
Prostriedky na založenie firmy	280 000 Kč	280 000 Kč
Nákup budov	3 000 000 Kč	3 000 000 Kč
Nákup pozemkov	5 000 000 Kč	5 000 000 Kč
Rekonštrukcia budov a stavebné úpravy areálu	1 000 000 Kč	1 200 000 Kč
Vybavenie a zariadenie stajní a budov	400 000 Kč	500 000 Kč
Príves na dopravu koní	100 000 Kč	100 000 Kč
Kone pre jazdeckú školu (2 ks)	150 000 Kč	150 000 Kč
Výstroj pre kone do jazdeckej školy	40 000 Kč	50 000 Kč
Vstupné náklady celkom	9 970 000 Kč	10 280 000 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

Po pristúpení investora ako spoločníka do firmy bude podnik schopný financovať všetky vstupné náklady z vlastného imania spoločnosti, čo je pre podnik veľkou výhodou pretože jeho činnosť nebudú zaťažovať záväzky voči finančným inštitúciám.

12.3.2 Fixné náklady (mesačné)

Uvádzame približný prehľad fixných nákladov činnosti podniku. Ceny jednotlivých položiek sú orientačné. Tréner a ošetrovateľ sú zamestnancami firmy. Cena práce zahŕňa hrubú mzdu a poisťné hradené zamestnávateľom.

Tabuľka č.12: Fixné náklady na mesačnú prevádzku areálu

Položka	Čiastka/mesiac bez DPH	Čiastka/mesiac s DPH
Elektrina (záloha)	6 400 Kč	8 000 Kč
Voda (záloha)	4 000 Kč	5 000 Kč
Cena práce trénera	17 000 Kč	17 000 Kč
Cena práce ošetrovateľa	10 000 Kč	10 000 Kč
Poplatok za telefón	1 280 Kč	1 600 Kč
Náklady na externého účtovníka	2 700 Kč	3 000 Kč
Cestná daň	250 Kč	250 Kč
Daň z nehnuteľnosti a z pozemku	2 633 Kč	2 633 Kč
Prevádzka osobného automobilu	4 000 Kč	5 000 Kč
Poisťenie areálu	1 000 Kč	1 000 Kč
Celkom	49 263 Kč	58 483 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

12.3.3 Variabilné náklady (mesačné)

V tabuľke sú uvedené položky, ktoré zahŕňa cena základného ustajnenia súkromných koní. Predvídateľné veterinárne poplatky ako povinné očkovanie a odčervovanie (cca 1 200 Kč/rok), poplatky za služby kováča (cca 3 600 Kč/rok) si hradí každý majiteľ koňa individuálne. Rovnako si každý majiteľ koňa hradí sám aj nepredvídateľné veterinárne poplatky napríklad pri úraze koňa a podobne.

Hoci sa od roku 2013 počíta zo znížením sadzby dane z 20% na 17,5% nepredpokladáme, že dodávatelia znížia ceny svojich produktov.

Tabuľka č.13: Variabilné náklady na jedného koňa za mesiac

Položka	Čiastka/mesiac bez DPH	Čiastka/mesiac s DPH
Granule alebo ovos	500 Kč	600 Kč
Podstielka	417 Kč	500 Kč
Seno	500 Kč	600 Kč
Ostatné prevádzkové potreby	167 Kč	200 Kč
Celkom	1584 Kč	1900 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

12.3.4 Plán výnosov (tržieb zo služieb)

V prvom roku plán počíta s postupným naplňaním kapacity ustajnenia a služieb. V druhom a treťom roku sú plánované tržby uvedené pri maximálnom využití kapacity areálu, t.j. tržby za ustajnenie koní pri naplnení kapacity ustajnenia 20 zákazníkmi pri základnej cene ustajnenia 7 000 Kč/mesiac. Prvý rok počíta s polovičným naplnením kapacity ustajnenia za prvý pol rok činnosti, druhý pol rok prvého roku počíta už s naplnením plnej kapacity ustajnenia. Druhý a tretí rok činnosti počíta s naplnením plnej kapacity ustajnenia.

Cena tréningu koní je 350 Kč/hodina. Prvý pol rok prvého roku činnosti počíta s priemerným využitím 2x/deň, druhý pol rok prvého roku činnosti počíta s priemerným využitím 4x/deň. Druhý a tretí rok počíta s využitím 4x/deň.

S rovnakým mechanizmom využitia počíta aj služba výcvik jazdcov, ktorej jednotková cena je 400 Kč/hodina.

Pri tržbách z doplnkových služieb vychádzame z predpokladu, že ich využíva polovica zákazníkov z naplnenej kapacity areálu. Cena balíka doplnkových služieb je 3 000 Kč/mesiac.

Tabuľka č. 14: Plán tržieb

	1.rok činnosti	2.rok činnosti	3.rok činnosti
Tržby za ustajnenie koní	1 260 000 Kč	1 680 000 Kč	1 680 000 Kč
Tržby za tréning koní	378 000 Kč	504 000 Kč	504 000 Kč
Tržby za tréning jazdcov	432 000 Kč	576 000 Kč	576 000 Kč
Tržby za doplnkové služby	270 000 Kč	360 000 Kč	360 000 Kč
Tržby celkom	2 340 000 Kč	3 120 000 Kč	3 120 000 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

12.3.5 Plánovaný výkaz zisku a straty

Výkaz zisku a straty je uvedený vo výhlade 3 rokov. V tomto období sa podnik sústreďí najmä na vytvorenie dostatočného kapitálu na ďalšie budovanie a rozširovanie areálu. Výpočty počítajú s aktuálnymi sadzbami daní. DPH je pre prvý rok kalkulovaná sadzbou 20% , pre druhý a tretí rok sadzbou 17,5%. Plán odpisov hmotného majetku na 3 roky sa nachádza v prílohe C.

Tabuľka č.15: Plánovaný výkaz zisku a straty - zjednodušený

	1.rok činnosti	2.rok činnosti	3.rok činnosti
Tržby z predaja služieb	1 950 000 Kč	2 655 319 Kč	2 655 319 Kč
Výkonová spotreba (materiál, energie, služby)	1 016 932	667 301	667 301
Pridaná hodnota	933 068	1 988 018	1 988 018
Osobné náklady	384 000	384 000	384 000
Dane a finančné náklady	46 596	46 596	46 596
Odpisy	111 000	247 250	247 250
Zriaďovacie náklady	30 000		
Hospodársky výsledok pred zdanením	361 472	1 310 172	1 310 172
Daň z príjmu PO (19%)	67 680	284 933	284 933
Hospodársky výsledok po zdanení	292 792	1 061 239	1 061 239

Zdroj: vlastná tvorba

Už prvý rok činnosti je podľa plánu podnik schopný vykázať mierny zisk. Druhý a tretí rok činnosti bude podľa plánu podnik úspešný a bude vykazovať zisk.

12.4 Výkaz peňažných tokov

Podnik aj jeho dodávatelia sú platcami DPH. Aktuálna základná sadzba DPH pre rok 2012 je 20%. Od 1.1. 2013 bude platiť jednotná sadzba DPH 17,5%.

Aktuálna sadzba dane z príjmu právnických osôb je 19%.

Tabuľka č. 16: Plánovaný výkaz cash flow

	1. rok činnosti	2. rok činnosti	3. rok činnosti
Príjmy	2 340 000 Kč	3 120 000 Kč	3 120 000 Kč
Príjmy z ustajnenia	1 050 000 Kč	1 429 787 Kč	1 429 787 Kč
Príjmy z tréningu koní	315 000 Kč	428 936 Kč	428 936 Kč
Príjmy z tréningu jazdcov	360 000 Kč	490 213 Kč	490 213 Kč
Príjmy z doplnkových služieb	225 000 Kč	306 383 Kč	306 383 Kč
Platba DPH	390 000 Kč	464 681 Kč	464 681 Kč
Výdaje	11 197 676 Kč	1 461 929 Kč	1 461 929 Kč
Vstupné výdaje	9 738 332 Kč		
Fixné výdaje	656 596 Kč	661 404 Kč	661 404 Kč
Variabilné výdaje	332 600 Kč	436 493 Kč	436 493 Kč
DPPO	68 680 Kč	248 933 Kč	248 933 Kč
Platba DPH	401 468 Kč	115 099 Kč	115 099 Kč
Hotovostný tok	-8 857 676 Kč	1 658 071 Kč	1 658 071 Kč
Stav peňažných prostriedkov na začiatku roku	10 450 000 Kč	1 592 324 Kč	3 250 395 Kč
Stav peňažných prostriedkov na konci roku	1 592 324 Kč	3 250 395 Kč	4 908 466 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

Záporná hodnota hotovostného toku v prvom roku činnosti je spôsobená vysokými vstupnými nákladmi. V ďalších rokoch už podnik vykazuje kladný hotovostný tok, nemal by tak mať problémy s hradením svojich záväzkov. Disponibilné finančné prostriedky plánuje podnik investovať do ďalšieho budovania areálu.

13 Hodnotenie rizík, slabých a silných stránok projektu

13.1 Hodnotenie rizík

Vo fáze, v ktorej sa projekt momentálne nachádza je najväčším rizikom projektu nenájdenie potrebných finančných prostriedkov na jeho realizáciu.

Pre prípad realizácie projektu a zahájenia podnikateľskej činnosti je najväčším rizikom projektu nenaplnenie kapacity areálu a nezískanie očakávanej klientely. Toto riziko je však možné minimalizovať vhodným marketingom.

Ďalším možným rizikom je nedodanie dodávok materiálu potrebného pre chod podniku. V dnešnej dobe je však veľké množstvo dodávateľov, ktorí sú schopný dodať materiál obdobnej kvality a ceny.

13.2 Hodnotenie slabých a silných stránok projektu, SWOT analýza

Tabuľka č.17 : SWOT analýza

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
Výborná poloha 5 Moderne a komplexne vybavený areál 4 Individuálny prístup ku klientom 4 Profesionálny a odborný personál 4 Široká ponuka služieb 3	Vysoké vstupné náklady 4 Neskúsený management 3 Vysoká cena ponúkaných služieb 4 Nedostatočný marketing 3
Príležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
Rozširovanie areálu a jeho služieb 3 Organizovanie športových podujatí 4 Agroturistika 3 Teambuildingové akcie 3 Rast popularity jazdeckého športu 5	Rast cien obežného majetku 3 Nenaplnenie kapacity areálu 5 Vstup nových konkurentov na trh 4 Nedodanie potrebného materiálu 3

Zdroj: vlastná tvorba

Jednotlivé faktory SWOT analýzy sú označené stupnicou od 1 (najmenej významný) do 5 (najvýznamnejší).

Za najsilnejšiu silnú stránku podniku považujeme jeho dobrú polohu. Zo skúseností vieme, že pre zákazníkov je veľmi dôležitým faktorom individuálny prístup k ich požiadavkám a profesionalita zo strany personálu. Veľkým plusom je aj vybavenosť areálu a široká ponuka služieb, ktoré podnik ponúka.

Za najslabšiu stránku projektu považujeme vysoké vstupné náklady. Nedostatočný marketing je v prípade voľných finančných prostriedkov možné zlepšiť najatím externého dodávateľa marketingových služieb.

Faktorom, ktorý vytvára príležitosti pre podnik je bezpochyby rast popularity jazdeckého športu u mladých ľudí. Rozširovanie areálu a jeho služieb je predpokladom pritiahnutia väčšieho počtu zákazníkov. Organizovanie športových podujatí a iných akcií je príležitosťou pre získanie sponzorov.

Najväčšou hrozbou pre podnik je nenaplnenie kapacity areálu, čo by v kombinácii s vysokými vstupnými nákladmi, neskúseným managementom a nedostatočným marketingom mohlo znamenať v najhoršom prípade až úpadok firmy. Hrozbou pre podnik môže byť aj vstup nových konkurentov na trh.

ZÁVER

Cieľom mojej práce bolo vytvoriť podnikateľský plán založenia malého podniku – jazdeckého centra, ktorý má slúžiť ako materiál pre získanie finančných prostriedkov na jeho realizáciu.

Pri tvorbe diplomovej práce so použila metódy ako rešerš odbornej literatúry, definícia pojmov, analýza makrookolia, analýza mikrookolia a SWOT analýza.

Diplomová práce je rozdelená na praktickú a teoretickú časť. Teoretická časť diplomovej práce sa zaoberá teoretickými poznatkami a pojmami z oblasti práva obchodného a podnikateľského, z oblasti agroturistiky a uvádza čitateľa do základných poznatkov z oblasti jazdectva. Dôležitou súčasťou teoretickej časti diplomovej práce je vymedzenie pojmu podnikateľský plán, zásad pre jeho spracovanie a obsahu jeho jednotlivých častí.

Teoretické poznatky uvedené v prvej časti diplomovej práce som využila pri praktickej časti, samotnej tvorbe podnikateľského plánu.

Vytvorený podnikateľský plán obsahuje podrobný popis firmy a kompletný popis služieb, ktoré ma podnik v pláne ponúkať. Dôležitou časťou je analýza okolia podniku, ktorá obsahuje analýzu makrookolia a podrobnú analýzu mikrookolia, ktorá sa zameriava na analýzu odvetvia, konkurencie v okolí Olomouca a analýzu potenciálnych zákazníkov podniku. Finančný plán podniku sa zameriava predovšetkým na tvorbu rozpočtu potreby štartovného kapitálu a na predpokladaný plán výnosov, nákladov a zisku. Obsahuje aj otváraciu súvahu firmy a predpokladaný výkaz peňažných tokov. Premieta tak podnikateľský plán do jeho finančnej podoby. V závere podnikateľského plánu je uvedená stručná charakteristika možných rizík podnikateľského plánu a hodnotenie slabých a silných stránok projektu. Podnikateľský plán dopĺňajú obrazové prílohy.

Vytvorený podnikateľský plán má slúžiť najmä na získanie finančných prostriedkov potrebných k zahájeniu činnosti podniku. Pri získavaní finančných zdrojov potrebných k vybudovaniu areálu a zahájeniu podnikateľskej činnosti podnikateľský plán počíta s oslovením potenciálnych investorov. Do budúcnosti plánuje aj s oslovením sponzorov najmä pri organizácii športových podujatí. V prípade že podnik nezíska na realizáciu svojho plánu investora je podnikateľský plán možné prispôbiť podmienkam

žiadosti o úver u finančných inštitúcií. Alternatívou je aj následné spojenie so žiadosťou o pridelenie dotácie z Programu pre rozvoj vidieka.

Z analýzy konkurencie vykonanej v praktickej časti diplomovej práce je zrejmé, že v okolí mesta Olomouc je konkurencia ponúkajúca služby v oblasti jazdeckva pomerne početná. V takomto konkurenčnom prostredí, je náročnejšie nájsť konkurenčnú výhodu a uspieť so svojim podnikateľským zámerom. Hlavnými prednosťami nášho podnikateľského plánu je tak najmä výborná poloha a dobrá dostupnosť, v kombinácii s kvalitnými službami a individuálnym prístupom. Okolie mesta Olomouc som si pre svoj podnikateľský plán vybrala, pretože mi je toto prostredie najviac známe, vytvorený podnikateľský plán je však podľa môjho názoru možné s menšími modifikáciami úspešne aplikovať aj na oblasť so slabším konkurenčným prostredím.

Summary

The goal of the diploma thesis with the topic “Business plan – establishment of the equestrian center“ is creating of specific business plan for establishment and commencement of small business – horse riding grounds. Objective of this business plan is to address of the investor to obtain the necessary funds for setting up such a company and in the future to address potential sponsors.

In developing this thesis I have used methods such as literature search, a definition, environment business analysis, marketing analysis and SWOT analysis.

The thesis is divided into theoretical and practical part. The theoretical part of the first chapter deals with basic concepts of a business and business law. The second chapter deals with the theoretical concept of a business plan, the principles for the successful establishment of a basic content part of the business plan. The third chapter explains the theory of the basic concepts of rural tourism and recreation and sport riding.

While creating a business plan in practical part of this thesis I have fully exploited knowledge from the theoretical part. The part of business plan is a detailed description of business and services, business environment analysis, organizational structure and detailed business and financial plan and analysis of risks, strengths and weaknesses of the business. The conclusion of the business plan complement pictures and other attachments.

The company plans to built a modern equestrian center providing comprehensive, quality services in the immediate vicinity of Olomouc. The company intends to provide comfort for all riders and horses. Its biggest advantage is its excellent location, which offers to customers excursions and trips into the countryside.

Zoznam použitej literatúry

1. Blažková, Martina. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha : Grada, 2007. ISBN 9788024715353
2. Fotr, J., Souček, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada publishing, 2005. ISBN 80-247-0939-2
3. Gúčík., M. *Cestovný ruch pre obchodné akadémie*. Bratislava: SPN.2008. ISBN: 978-80-10-01507-8
4. Hartley Edwards., E. *Obrazová encyklopédia koní*. London: Dorling Kindersley Limited. 1994
5. Heriban., R. *Stratégia v agroturistike*. Bratislava: Progressus Slovakia s.r.o., 2010. ISBN 978-80-970510-4-4
6. Heriban., R. *Marketing v agroturistike*. Bratislava: Progressus Slovakia s.r.o., 2010. ISBN 978-80-970510-3-7
7. Hudecová, E., Hudec, J. *Podnikateľské právo I.(Podnikanie a jeho formy)*.Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici, 2010. ISBN 978-80-8083-933-8
8. Koráb, V., Peterka, J., Režňáková, M. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0
9. Kupkovič, M. a kol. *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava: SPRINT, 2001. ISBN 80-88848-77-9
10. Luby, Š. *Dejiny súkromného práva na Slovensku*. Bratislava: Právnická jednota, 1946.
11. Micklem., W. *Příručka jízdy na koni*. London: Dorling Kindersley, 2003 ISBN:80-242-1226-9
12. Mikušáková., J. *Agroturistika a ekoturistika*. Bratislava: Progressus Slovakia s.r.o.. 2010. ISBN 978-80-969642-9-1
13. Popluhár., L. a kol. *Jazda na koni*. Košice: Pezolt, 2002. ISBN: 80-88797-36-5
14. Sedláčková., H., Buchta., K. *Strategická analýza*. Praha: C.H.Beck, 2006. ISBN 8071793671
15. Suchoža, J. a kol. *Obchodné právo*. Bratislava: IURA EDITION, 2009. ISBN 978-80-8078-290-0

16. Torma., P. *Formy a služby cestovného ruchu*. Košice: Technická univerzita, 2003. ISBN: 80-7099-960-8
17. Veber, J., Srpová, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6
18. Fondfondov.sk: *Štruktúra a obsah podnikateľského plánu*. [online] cit. 26.marec 2012. Dostupné na: <http://www.fondfondov.sk>
19. Akopodnikat.sk: *Podnikateľský plán*. [online] cit. 26.marec 2012. Dostupné na: <http://www.akopodnikat.sk>
20. Podnikajte.sk: *Marketingový mix*. [online] cit. 26.marec 2012. Dostupné na: <http://www.podnikajte.sk>
21. Podnikanie.net: *Čo je to marketingový mix?* [online] cit. 26.marec 2012. Dostupné na: <http://www.podnikanie.net>
22. BussinesInfo.cz: *Program rozvoje venkova*. [online] cit. 26.marec 2012. Dostupné na: <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/program-rozvoje-venkova/1001615/>
23. Eagri.cz: *Národní dotace*. [online] cit. 26.marec 2012. Dostupné na: <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/narodni-dotace/>
24. Ústavný zákon č.2/1993 Sb. Listina základných práv a slobôd
25. Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov
26. Zákon č. 40/1964 Sb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov
27. Zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon) v znení neskorších predpisov
28. Zákon č.105/1990 Sb. o súkromnom podnikaní občanov v znení neskorších predpisov
29. Zákon č.116/1990 Sb. o nájme a podnájme nebytových priestorov v znení neskorších predpisov
30. Zákon č. 563/1991 Sb. o účtovníctve v znení neskorších predpisov
31. Zákon č. 344/1992 Sb. o katastri nehnuteľností

Zoznam tabuliek

- Tabuľka č.1: Možné zdroje slabých a silných stránok podniku
- Tabuľka č.2: Možné zdroje príležitostí a hrozieb podniku
- Tabuľka č.3 : Hustota chovu koní v jednotlivých krajoch ČR
- Tabuľka č.4: Prehľad konkurencie v okolí mesta Olomouc
- Tabuľka č.5: Prehľad jazdeckej výstroje pre 1 koňa jazdeckej školy
- Tabuľka č.6: Finančné prostriedky nutné k založeniu firmy
- Tabuľka č.7: Finančné prostriedky na obstaranie dlhodobého majetku
- Tabuľka č.8: Finančné prostriedky na obstaranie obežného majetku
- Tabuľka č.9: Finančné prostriedky na zahájenie podnikateľskej činnosti
- Tabuľka č.10: Rozpočet potreby štartovného kapitálu celkom
- Tabuľka č.11 : Otváracia súvaha- zjednodušená
- Tabuľka č.12: Vstupné náklady
- Tabuľka č.13: Fixné náklady na mesačnú prevádzku areálu
- Tabuľka č.14: Variabilné náklady na jedného koňa za mesiac
- Tabuľka č.15: Plán tržieb
- Tabuľka č.16: Plánovaný výkaz zisku a straty – zjednodušený
- Tabuľka č.17: Plánovaný výkaz cash flow
- Tabuľka č.18 : SWOT analýza
- Tabuľka č.19 : Plán odpisov hmotného majetku na 3 roky

Zoznam grafov a schém

Graf č.1: Vývoj HDP v ČR 2005-2011

Graf č.2: Miera inflácie a jej vývoj v ČR 2005-2011

Graf č.3: Vývoj nezamestnanosti v ČR 2005-2011

Schéma č.1: Štádiá zahájenia podnikateľskej činnosti, režimy financovania a finančné rozpočty

Schéma č. 2: Organizačná štruktúra podniku

Zoznam príloh

- A. cenová mapa
- B. územný plán
- C. fotodokumentácia vybranej konkurencie
- D. plán odpisov hmotného majetku (k plánovanému výkaz zisku a straty)
- E. vzor zmluvy o ustajnení koňa

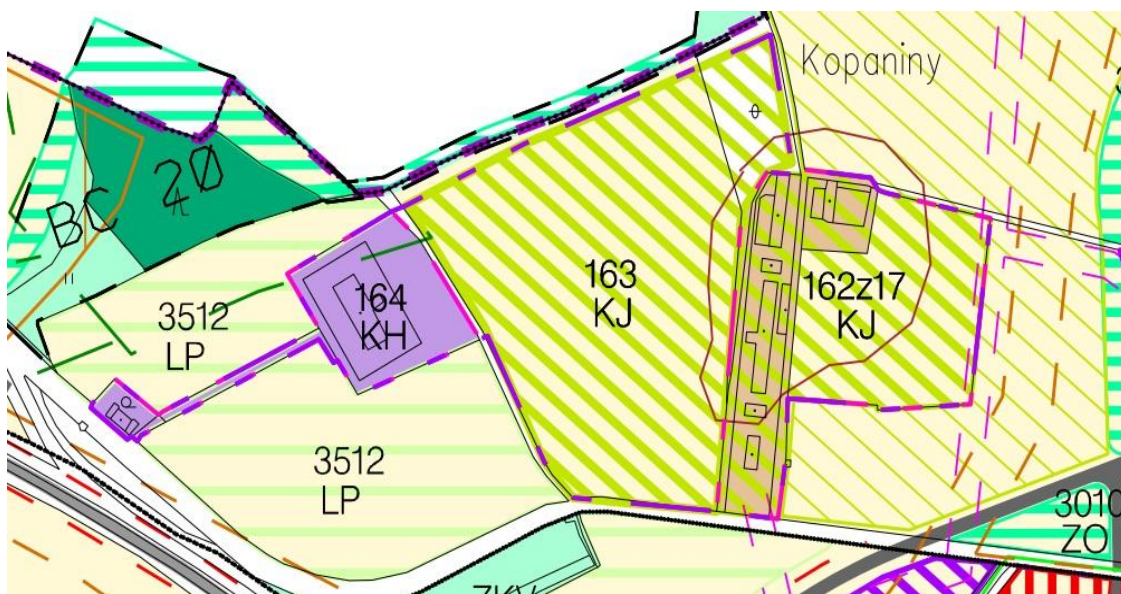
Prílohy

Príloha A: výňatok z cenovej mapy, ktorý zobrazuje budovy objektu s okolitými pozemkami a vedľajším hotelom Prachárna.



Zdroj : <http://apps.hfbiz.cz/apps/olomouc/cm/>

Príloha B: výňatok z obrazovej časti územného plánu sídelného útvaru Olomouc



Zdroj: http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/10_/10615/upnsu_2b_funkcni_regulace_limity.cs.pdf

Prípustné na tomto území (zeleno vyšrafované) podľa písomnej časti územného plánu sú:

- plochy, zariadenia a stavby slúžiace pre špecifickú funkciu podľa popisu v databáze plôch
- terénne úpravy, utváranie krajiny, zelene a vodných plôch pre potreby špecifickej funkcie
- objekty statickej dopravy v integrácii s inou prípustnou funkciou s hlavnou funkciou
- oplotenie jednotlivých zariadení

Výnimočne prípustné tu sú:

- drobné maloobchodné predajne, zariadenia stravovania, služieb, administratívy, dopĺňujúce špecifickú funkciu
- bývanie vlastníkov, správcov a prevádzkarov
- objekty statickej dopravy v komplexe hlavnej stavby vo väzbe na hlavnú funkciu v merítke úmernom charakteru územia a vo väzbe na hlavnú funkciu
- jednotlivé oplotenia územia neobmedzujúce priechodnosť územia

Príloha C:

Tabuľka č.18: Plán odpisov hmotného majetku na 3 roky (k výkazu zisku a straty)

Položka	Sk.	%	1.rok	%	2.rok	%	3.rok
Osobné vozidlo	2	11	27 500 Kč	22,75	55 625 Kč	22,75	55 625 Kč
Budova	5	1,4	56 000 Kč	3,4	136 000 Kč	3,4	136 000 Kč
Príves	2	11	11 000 Kč	22,75	22 250 Kč	22,75	22 250 Kč
Kone (2x)	2	11	16 500 Kč	22,75	33 375 Kč	22,75	33 375 Kč
Celkom			111 000 Kč		247 250 Kč		247 250 Kč

Zdroj: vlastná tvorba

Príloha D: Fotodokumentácia vybranej konkurencie

JK Derby



Zdroj: www.kone-olomouc.cz

Agrosystém Pohorany



Zdroj: www.konepohorany.cz

Jezdecký areál Tršice



Zdroj: www.jezdeckyareal.cz

Príloha E: vzor zmluvy o ustajnení koňa

Zmluva o ustajnení koňa

I.

Zmluvné strany

Obstarávateľ: Cordoba s.r.o.

Adresa:

Telefón:

IČO:

DIČ:

Číslo účtu:

Majiteľ koňa:

Adresa:

Telefón:

Číslo účtu:

II.

Predmet zmluvy

Predmetom zmluvy je ustajnenie koňa.

Meno koňa:

Číslo koňa:

Rok narodenia:

Farba koňa:

Matka:

Otec:

Pohlavie:

III.

Doba trvania zmluvy

Zmluva sa uzatvára na dobu trvania jedného roka.

IV.

Povinnosti obstarávateľa

1. Obstarávateľ sa zväzuje ustajniť vyššie uvedeného koňa a zabezpečiť pre jeho chov optimálne podmienky a odbornú starostlivosť podľa pokynov majiteľa.

2. Činnosť obstarávateľa zahŕňa: ustajnenie, čistenie a podstielanie boxu, pustenie koňa do výbehu, kŕmenie 3x denne (seno, granule, ovos).

4. Obstarávateľ je povinný neodkladne vyrozumieť majiteľa koňa o zmenách zdravotného stavu ustajneného koňa.

5. Za individuálne aktivity majiteľa a jeho rodinných príslušníkov v areáli jazdeckého klubu obstarávateľ nezodpovedá.

6. Veterinárne a kováčske služby si zabezpečuje majiteľ koňa.

V.

Povinnosti majiteľa koňa

Majiteľ koňa je areáli povinný dodržiavať bezpečnostné a požiarne predpisy, prevádzkový poriadok areálu a udržiavať v areáli čistotu.

VI.

Zmluvné ceny a platobné podmienky

1. Za poskytnuté ustajnenie koňa a starostlivosť je majiteľ koňa poplatok Kč/mesiac.

2. Poplatok je splatný mesačne na základe vystavenej faktúry do 7 dní prevodom na bankový účet obstarávateľa č.:

VII.

Zodpovednosť za zdravotný stav koňa

Za zdravotný stav koňa a za škody spôsobené koňom zodpovedá majiteľ koňa. V prípade, že majiteľ koňa nezabezpečí náležitú starostlivosť, je povinný túto starostlivosť zabezpečiť obstarávateľ na náklady majiteľa koňa.

Obstarávateľ zodpovedá len v prípade, že k zmene zdravotného stavu, alebo iným škodám došlo preukázateľne porušením jeho povinností vyplývajúcich zo zmluvy.

VIII.

Odstúpenie od zmluvy

1. Obstarávateľ má právo odstúpiť od zmluvy v prípade, že majiteľ koňa poruší povinnosti vyplývajúce z tejto zmluvy alebo neplatí stanovený mesačný poplatok v stanovenom termíne. Výpovedná lehota činí 1 mesiac od podania výpovede zo strany obstarávateľa.

2. Chovateľ koňa má právo od zmluvy odstúpiť v prípade porušenia povinností obstarávateľa vyplývajúcich z tejto zmluvy. Výpovedná lehota činí 2 mesiace od podania výpovede.

IX.

Záverečné ustanovenia

1. Táto zmluva sa vyhotovuje v dvoch vyhotoveniach.

2. Zmeny a doplnky zmluvy sú možné len písomne so súhlasom oboch zmluvných strán.

3. Zmluva nadobúda platnosť a účinnosť podpisom oboch zmluvných strán.

V Olomouci dňa.....

.....

Majiteľ koňa

.....

Cordoba s.r.o

Zdroj: vlastná tvorba