

**Česká zemědělská univerzita v Praze**  
**Provozně ekonomická fakulta**  
**Katedra práva**



## **Bakalářská práce**

**Hobby jako možný základ podnikání a jeho právní  
úprava**

**Veronika Borůvková**

© 2023 ČZU v Praze



# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Veronika Borůvková

Ekonomika a management

Název práce

**Hobby jako možný základ podnikání a jeho právní úprava**

Název anglicky

**Hobby as a possible basis of business and its legislation**

---

### Cíle práce

Cílem práce je vytvořit reálný podnikatelský plán zaměřený na poskytování služeb v oblasti sportovních volnočasových aktivit s hlavním zacílením na děti.

Teoretická část je věnována vymezení pojmů týkajících se podnikání. Praktická část je pak následně věnována konkrétnímu podnikatelskému plánu. Práce se v úvodu zaměřuje na zakládání živnosti a obchodní společnosti.

Analýza konkurence a dotazníkové šetření směrem k potencionálním zákazníkům objasní, zda je ještě prostor na trhu nebo zda je trh již nasycen. Swot analýza a zhodnocení rizik povedou k objasnění životnosti a ziskovosti firmy.

V neposlední řadě bude práce také zaměřena na marketing a management.

### Metodika

- studium právních předpisů a dalších zdrojů
- nastavení SMART cílů
- podnikatelský plán
- vytvoření a zhodnocení výsledků dotazníkového šetření
- analýza podnikatelského prostředí
- SWOT analýza
- zhodnocení rizik
- marketingová strategie

**Doporučený rozsah práce**

30-40

**Klíčová slova**

Podnikatelský plán, analýza, zákon, hobby, průzkum

---

**Doporučené zdroje informací**

HORIZINKOVÁ, E. – URBAN, V. – ČESKO. ŽIVNOSTENSKÝ ZÁKON (1991, NOVELY 2012- ). *Živnostenský zákon a předpisy související s komentářem*. Praha: Linde, 2013. ISBN 978-80-86131-97-9.  
RICHARDSON, B. – RICHARDSON, R. *Business planning : an approach to strategic management.*  
SRPOVÁ, J. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-4103-1.  
ŠTENGLOVÁ, I. – HAVEL, B. – CILEČEK, F. – KUHN, P. – ŠUK, P. – ČESKO. ZÁKON O OBCHODNÍCH KORPORACÍCH (2012, NOVELA 2020). *Zákon o obchodních korporacích : komentář*. V Praze: C.H. Beck, 2020. ISBN 978-80-7400-799-6.

---

**Předběžný termín obhajoby**

2022/23 LS – PEF

**Vedoucí práce**

JUDr. Viktor Jansa, CSc.

**Garantující pracoviště**

Katedra práva

---

Elektronicky schváleno dne 7. 6. 2022

**JUDr. Jana Borská, Ph.D.**

Vedoucí katedry

---

Elektronicky schváleno dne 27. 10. 2022

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 13. 03. 2023

---

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci " Hobby jako možný základ podnikání a jeho právní úprava" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. 3. 2023

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala svému vedoucímu práce, kterým je JUDr. Viktor Jansa, CSc., za odborné vedení a rady při vypracování bakalářské práce. A také své rodině za podporu během studia.

# Hobby jako možný základ podnikání a jeho právní úprava

## Abstrakt

Práce je rozdělena do teoretické a praktické části. Teoretická část se zabývá především vysvětlením pojmů, které jsou následně využity v praktické části ke tvorbě podnikatelského plánu. Bakalářská práce zpracovává podnikatelský záměr společnosti s ručením omezeným s názvem Do bruslí s Borůvkou. Název je odvozen od příjmení jediného společníka. Jedná se o malý rodinný podnik, jehož hlavním zaměřením jsou příměstské tábory pro děti. Příměstské tábory jsou dvojího typu, cyklistické a inline bruslení v lokalitě Praha 10 – Hostivař. Program příměstských táborů je přizpůsoben požadavkům zákazníků, které vyplynuly z analýzy zákazníků. Dále jsou v podnikatelském plánu shrnuty silné a slabé stránky podniku, finance a rizika spojená s podnikáním.

**Klíčová slova:** podnikatelský plán, analýza, cyklistika, bruslení, hobby, zákon, průzkum

# **Hobby as a possible basis of business and its legislation**

## **Abstract**

The thesis is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part deals mainly with the explanation of concepts, which are then used in the practical part to create a business plan. The bachelor thesis elaborates the business plan of a limited liability company called Do skate with Blueberry. The name is derived from the surname of the sole shareholder. It is a small family business whose main focus is suburban camps for children. Suburban camps are of two types, cycling and inline skating in Prague 10 - Hostivař. The program of suburban camps is adapted to the requirements of customers, which resulted from customer analysis. Furthermore, the business plan summarizes the strengths and weaknesses of the business, finances and risks associated with the business.

**Keywords:** business plan, analysis, cycling, skating, hobby, law, research



# 1 Obsah

<b>1 Obsah</b> .....	<b>9</b>
<b>2 Úvod</b> .....	<b>11</b>
<b>3 Cíl práce a metodika</b> .....	<b>13</b>
3.1 Cíl práce .....	13
3.2 Metodika .....	13
<b>4 Teoretická východiska</b> .....	<b>14</b>
4.1 Vymezení základních pojmů.....	14
4.1.1 Podnikání, podnikatel .....	14
4.1.2 Podnik .....	15
4.1.3 Právní formy podniku .....	16
4.2 Podnikatelský plán .....	19
4.3 Podnikatelská příležitosti a analýza prostředí .....	20
4.4 Strategické plánování .....	20
4.4.1 STEP analýza.....	21
4.4.2 Analýza 4C .....	22
4.4.3 SMART cíle.....	24
4.4.4 Vize a mise/poslání.....	25
4.4.5 SWOT analýza (základy úspěšného podnikání) .....	26
4.4.6 Lean Canvas.....	27
4.4.7 Myšlenkové mapy.....	27
4.4.8 Finanční plán.....	28
4.4.9 Analýza rizik.....	28
4.5 Potřeby .....	29
4.6 Marketingová strategie.....	30
4.6.1 Marketingový výzkum.....	30
4.7 Shrnutí.....	30
<b>5 Praktická část</b> .....	<b>31</b>
5.1 Titulní strana podnikatelského plánu .....	31
5.2 Úvod podnikatelského plánu.....	32
5.3 Popis služby a prostředí .....	32
5.3.1 Lokalita: .....	33
5.3.2 Cyklistický příměstský tábor .....	34

5.3.3	Tábor in-line bruslení.....	36
5.3.4	Harmonogram táborů na léto .....	36
5.4	Analýza vnějšího prostředí.....	37
5.5	Sociálně kulturní prostředí .....	37
5.6	Ekonomický vývoj .....	40
5.7	Politicko-právní prostředí.....	42
5.7.1	Myšlenková mapa a Lean canvas.....	43
<b>6</b>	<b>Analýza trhu .....</b>	<b>44</b>
6.1	Analýza zákazníků .....	44
6.2	Analýza konkurence .....	47
6.2.1	Náklady .....	49
6.3	Cena a finanční plán .....	50
6.3.1	Finanční plán.....	52
6.3.2	SWOT analýza .....	53
6.3.3	Vize a mise a cíle firmy .....	55
6.4	Propagace .....	55
6.5	Rizika.....	55
6.6	Časový plán .....	57
<b>7</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>59</b>
<b>8</b>	<b>Seznam použitých zdrojů.....</b>	<b>60</b>
<b>9</b>	<b>Literatura.....</b>	<b>63</b>
<b>10</b>	<b>Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk .....</b>	<b>65</b>
10.1	Seznam obrázků .....	65
10.2	Seznam tabulek.....	65
	Seznam použitých zkratk.....	65
<b>Přílohy</b>	<b>.....</b>	<b>66</b>

## 2 Úvod

Sport je mi od malička blízký, a proto jsem si jako téma bakalářské práce vybrala Hobby jako možný základ podnikání a jeho právní úpravu. Již od tří let jsem se závodně věnovala krasobruslení nejprve v sólové podobě a poté v synchronizované skupině s kterou jsme se účastnili i mistrovství světa. Od útlého věku jezdím každou zimu na hory lyžovat a věnuji se také snowboardingu a klasickému lyžování. Sport je nedílnou součástí mého života a baví mě i předávat své zkušenosti mladší generaci. To vše mi bylo motivací pro instruktorské kurzy, které jsem absolvovala na lyže, kolečkové brusle a do lanového centra, které jsou uvedeny v příloze.

Výhodou pro zpracování mé bakalářské práce také je, že mám již několikaleté pracovní zkušenosti v tomto oboru a řadu profesních kontaktů. Pracuji jako instruktor lyžování v lyžařské škole ve Ski areálu Chotouň. Kromě individuálních lekcí pro děti a dospělé pracuji i pro Hravé sporty, které pořádají výuku pro mateřské školky. Pravidelně se účastním jako instruktor lyžování i lyžařských kurzů pro základní a střední školy v Čechách i zahraničí. V letních měsících jsem hlavním vedoucím na příměstských sportovních táborech pro děti, vedu kroužek in-line bruslení pro děti a individuální lekce bruslení u Inlineškoly.cz. Hravé sporty pořádají i inline bruslení pro mateřské školky, kde také učím děti bruslit.

Dalším důvodem k úvahám o tomto plánu je nadváha a obezita v České republice, která byla ještě podpořena Kovidem. Dle šetření EHES a EHIS z roku 2019 trpí v České republice nadváhou okolo 67 % populace ve věku 25-64 let. Více s nadváhou bojují muži, těch je 77 % a 56 % je žen. Do kategorie obezity pak dle hodnot BMI spadá 33 % mužů a 26 % žen (Lustigová, 2022). Stejně tak v České republice narůstá i počet dětí s nadváhou a obezitou, proto bych ráda formou kurzů, kroužků a příměstských táborů vedla děti ke sportu hravou formou. Později bych ráda pořádala i skupinové lekce pro dospělé.

Líbí se mi koncept živnostenského podnikání ve smyslu být pánem svého času v porovnání se striktní pracovní dobou v zaměstnání. O založení vlastní společnosti pořádající sportovní aktivity nejen pro děti uvažuji již delší dobu a díky tomuto podnikatelskému plánu bych chtěla zjistit, zda má můj nápad smysl a zda je realizovatelný a životaschopný. Doufám, že

mi dobře vypracovaný plán pomůže překonat nejistoty a obavy. Všechny tyto úvahy mě vedou k možnosti založení své vlastní firmy. Předpoklady pro založení vlastní firmy jsou základním obsahem této práce jak v teoretické, tak praktické části práce.

## **3 Cíl práce a metodika**

### **3.1 Cíl práce**

Cílem práce je vytvořit realizovatelný podnikatelský plán zaměřený na poskytování služeb v oblasti sportovních volnočasových aktivit s hlavním zacílením na děti. Teoretická část je věnována vymezení pojmů spojených s podnikáním, na které pak navazuje praktická část s konkrétním podnikatelským plánem. Práce se také zabývá rozdíly mezi podnikáním formou fyzické a právnické osoby a založením firmy. Cílem je provést analýzu trhu, potencionálních zákazníků, konkurence a rizik pro určení pozice na trhu a ziskovosti firmy.

### **3.2 Metodika**

Studium právních předpisů a dalších zdrojů

STEP analýza

SMART cíle

Myšlenková mapa

Analýza 4C

SWOT analýza

Lean canvas

Analýza konkurence, osobní rozhovory

Zhodnocení rizik

Marketingová strategie

## 4 Teoretická východiska

### 4.1 Vymezení základních pojmů

V teoretické části jsou vymezeny základní pojmy týkající se podnikatelského plánu. To je nezbytné k přípravě, pochopení a následnému vypracování konkrétního podnikatelského plánu. Teoretická část se zaměřuje na pochopení pojmů souvisejících s podnikatelským plánem a slouží k vytvoření struktury, kterou se podnikatelský plán bude ubírat.

#### 4.1.1 Podnikání, podnikatel

Podnikání je nedílnou součástí ekonomiky, obohacuje okolí a přispívá k rozvoji. Podnikání vytváří pracovní příležitosti a také růst konkurence, dochází k inovacím a zvyšuje se produktivita. S rozvojem podnikání dochází k rozvoji i dalších disciplín jako je například management nebo marketing. Podnikání vychází z příležitosti, objevování a následného využití informací ke generování potencionálního zisku. Nejčastějšími důvody, které vedou k podnikání je nespokojenost v zaměstnání, touha po svobodě a volném času, lákavý vyšší výdělek, vlastní plánování pracovní doby, víra v dobrý nápad a jeho úspěch či neúspěch při hledání vysněného zaměstnání. Měli bychom si ujasnit, kolik času chceme do podnikání investovat, jaké jsou naše dovednosti a znalosti, co od podnikání očekáváme a také náklady ušlé příležitosti (Hučka a spol., 2021).

Pojem podnikání lze odvodit z definice podnikatele, ta zní: *„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“* (§ 420, Nový občanský zákoník, zákon č. 89/2012 Sb.)

Za podnikatele se považuje osoba zapsaná do obchodního rejstříku a osoba s živnostenským oprávněním (§ 421, Nový občanský zákoník, zákon č. 89/2012 Sb.). Podnikatel jedná při svém podnikání pod vlastním jménem nebo pod obchodní firmou. *„Obchodní firma je jméno, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku.“* (§ 423, Nový občanský zákoník, zákon č. 89/2012 Sb.)

S pojmem podnikání a podnikatel jsem se setkala během studia několikrát v různých situacích. V učebnicích o ekonomii a ekonomických teoriích bývají pojmy vztahovány k historickému vývoji ekonomického myšlení. Významnou roli v rozvoji ekonomické teorie podnikání a podnikatele hraje Rakouská škola ekonomie. Ta bývá často považována za nejvlivnější. Podnikatel je považován za hnací mechanismus tržní ekonomiky, dále za pohotového a bystrého, co se týče vnímání příležitostí, které by mohli vést k dosažení zisku (Kirzner, 1973).

Jako hlavní témata, které se často opakují v literatuře zabývající se podnikáním jsou nejčastěji:

- Identifikace podnikatelské příležitosti a její následné využití
- Objevování podnikatelských příležitostí, získávání informací
- Znalosti, dovednosti
- Nakládání s riziky a nejistotou
- Trh a tržní mechanismus
- Nerovnováha

Dalším možným pohledem na podnikání je vztah mezi podnikatelskými příležitostmi a podnikajícími jedinci (Shane, 2003).

#### 4.1.2 **Podnik**

Podnik je otevřený systém, který by měl reagovat na podněty z okolí, mikro (dodavatelé, zákazníci, konkurence) i makro okolí (stát a svět). Podle velikosti dělíme podniky na mikro, malé a střední. V této práci uvažuji o mikro podniku, který má do 10 zaměstnanců a roční obrat je menší než 2 mil. EUR (dle doporučení Komise 2003/361/ES, 6.5.2003). Patří sem OSVČ, rodinné podniky, obchodní společnosti nebo družstva.

Hlavním cílem podniku je maximalizace hodnoty podniku, maximalizace hodnoty majetku vlastníků ale také zvyšování užítku pro zákazníky. Podnik je ovlivněn okolím, které na něj výrazně působí a naopak. Okolí podniku je jedním z hlavních faktorů, na které se podnik musí zaměřit při rozhodování. Je nutné předvídat dynamické změny okolí, které mohou

nastat ať už střednědobé nebo dlouhodobé. Zasahovat do okolí podniku můžeme v některých případech jen omezeně ale můžeme v něm spatřovat příležitosti (Martinovičová, 2016).

#### 4.1.3 Právní formy podniku

Pro podnikání je také důležité rozhodnout jakou zvolit právní formu. Je třeba učinit rozhodnutí mezi fyzickou a právnickou osobou. Před tímto rozhodnutím je třeba se seznámit s povinnostmi stanovenými zákony, které se liší na základě právní formy. Volbu právní formy ovlivňuje mnoho faktorů, například počet zakladatelů, předmět činnosti, rizika z hlediska ručení a financí, velikost firmy v počátcích i představa do budoucnosti.

##### 4.1.3.1 Živnostenské podnikání

Živnostenské podnikání upravuje:

- Zákon číslo 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání (živnostenský zákon – ŽZ)
- Zákon číslo 89/2012 Sb. občanský zákoník (NOZ)

Pro provozování všech typů živností je (§ 6 zákona č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání) potřeba splnění všeobecných podmínek. Sem patří plná svéprávnost a bezúhonnost. Živnosti můžeme rozdělit na (§ 6):

- Ohlašovací
- Koncesované

U ohlašovacích živností je třeba splnit všechny podmínky stanovené živnostenským zákonem a následně živnostenské oprávnění vzniká dnem ohlášení (§ 10). Podmínky se liší na základě předmětu činnosti a typu živnosti. U koncesovaných živností, uvedených v příloze č. 3 ŽZ, je třeba povolení od státu. Jde totiž o oblasti podnikání spojené s velkým rizikem. Patří sem například návykové látky, zbraně, silniční provoz a další kontroverzní oblasti podnikání.

Živnosti ohlašovací se pak dále (§ 19) dělí na živnosti:

- Řemeslné
- Vázané
- Volné

U řemeslných živností je (§ 21) vyžadována odborná způsobilost na základě dokladu o řádném ukončení vzdělání dle požadavků jednotlivých činností v příslušném oboru či na



základě odborné kvalifikace dle zákona o uznávání odborné kvalifikace nebo (§ 22) na základě řádného ukončení vzdělání v příbuzném oboru v kombinaci s praxí v oboru. V příloze č. 1 ŽZ najdeme seznam řemeslných živností kam patří například pekařství, cukrářství, hodinářství, zednictví, izolatérství, malířství a další.

Živnosti vázané jsou uvedeny v příloze č. 2 ŽZ a požadují jako odbornou způsobilost často kombinaci vzdělání a praxe nebo třeba osvědčení o odborné způsobilosti vydávané příslušným ministerstvem. Jako příklad si můžeme uvést hned první řádek přílohy. Předmět podnikání jsou geologické práce a požadovaná odborná způsobilost je osvědčení vydané Ministerstvem životního prostředí.

Živnosti volné jsou uvedené v příloze č. 4 ŽZ a není potřeba splnění žádných odborných způsobilostí. Živnosti volné mají předmět podnikání neuvedený v přílohách č. 1 až 3. ŽZ a patří sem například výroba plastových výrobků, hnojiv, kovových konstrukcí, jízdních kol nebo fotografické služby, služby v oblasti administrativní správy a další. Oborů činností volných živností je 82.

Živnosti koncesované jsou uvedeny v příloze č. 3 ŽZ. Odborná způsobilost (§ 27) je stanovena touto přílohou a je upravena zvláštními předpisy. Opět si jako příklad můžeme uvést první řádek přílohy. Předmětem podnikání je výroba lihu, lihovin, je vyžadovaná odborná způsobilost i případně jiná zvláštní způsobilost, a ještě zde figuruje orgán státní správy, který se vyjadřuje k žádosti o koncesi, v tomto případě Ministerstvo zemědělství. Je zde tedy potřeba udělení povolení od státu.

Mezi výhody živnostenského podnikání patří osobní a profesní rozvoj, flexibilita, nižší náklady než v případě podnikání formou právnické osoby, rychlé a levné založení, libovolné nakládání s výnosem, snazší papírování a daň z příjmu fyzických osob je nižší, než je daň z příjmu právnických osob. Na druhou stranu ručí se celým svým majetkem, nelze zde nastavit omezené ručení jako je tomu u některých právnických osob. A také obchodní společnosti mají často větší věrohodnost a s tím spojenou šanci na získání financí v případě potřeby. Daň z příjmů fyzických osob je 15 % do výše výdělku 1 000 000 Kč. V případě překročení je to 23 %. Daň z příjmu právnických osob je 19 % (Šafrová Drážilová, 2019).

#### 4.1.3.2 Obchodní společnosti

Živnostenské podnikání upravuje:

- 90/2012 Sb. zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích)
- Zákon číslo 89/2012 Sb. občanský zákoník (NOZ)

Mezi obchodní korporace řadíme obchodní společnosti a družstva. Typy obchodních společností:

- Veřejná obchodní společnost – v. o. s.
- Komanditní společnost – k. s.
- Společnost s ručením omezeným – s. r. o.
- Akciová společnost – a. s.

Veřejnou obchodní společnost a komanditní společnost jsem rovnou zavrhla z důvodů ručení celým svým majetkem. Nejčastěji využívaná je společnost s ručením omezením, které dávám přednost i já, jelikož ji může založit i jen jedna osoba a základní kapitál je 1 Kč a akciová společnost nemá v tomto případě smysl.

#### 4.1.3.3 Společnost s ručením omezeným

Dle zákona o obchodních korporacích firma obsahuje označení „společnost s ručením omezeným“, „spol. s r.o.“ nebo „s.r.o.“. Může mít libovolný počet společníků. Podíl společníků se určuje na základě poměrů vkladů. Ručení společníků je pouze do výše nesplaceného vkladu, tedy nemůžeme přijít o všechnen náš majetek jako je tomu u veřejné obchodní společnosti. Minimální výše vkladu je 1 Kč. Předmětem vkladu mohou být nejen peněžní prostředky ale také nepeněžité vklady, penězi ocenitelné věci vyjma služeb a práce.

Jako každá obchodní korporace se zakládá společenskou smlouvou a jelikož se jedná o kapitálovou společnost, je nezbytná forma veřejné listiny. Společenská smlouva musí obsahovat následující náležitosti: název společnosti, sídlo, firmu společnosti, předmět podnikání, jména a bydliště společníků, označení podílů, výši vkladu, výši základního kapitálu a počet jednatelů.

Nejvyšší orgán je valná hromada tvořena společníky, z níž se následně volí jednatel či více jednatelů jakožto statutární orgán. Ten také bývá uveden v obchodním rejstříku, kde musí být zapsána každá obchodní korporace. Podíl na zisku je pak také rozdělen mezi společníky nestanoví společenská smlouva jinak. Stejně tak mají společníci právo na podíl na likvidačním zůstatku.

## 4.2 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán se sestavuje z různých důvodů. Jedním z nich může být ověření reálnosti a životaschopnosti našich podnikatelských nápadů. V tomto ohledu nám může zpracování nápadů a myšlenek do papírové podoby přiblížit, zda má náš nápad smysl či nikoliv.

Dalšími důvody může být snaha informovat zaměstnance, společníky či obchodní partnery nebo je získat. Na základě dobrého podnikatelského plánu si také utřídíme informace o celkových finančních prostředcích nutných k realizaci podnikatelského plánu a můžeme žádat o chybějící prostředky například u bank nebo hledat investory.

Vytvořený plán nastaví kroky, kterým je třeba se věnovat v jednotlivých oblastech a pomůže s uvědoměním si směru, kterým se chceme ubírat a také jakým způsobem toho lze dosáhnout. Měl by obsáhnout všechny vnější i vnitřní okolnosti související se záměrem podnikání. Je tedy vypracováván pro vnitropodnikové účely ale i pro účely mimopodnikové.

Obsah podnikatelského plánu není přesně stanovený, liší se konkrétními nároky na rozsah a zpracování. Je ale potřeba pracovat s určitými náležitostmi. Mezi obecné požadavky patří stručnost, přehlednost a jednoduchost plánu, orientace na budoucnost, věrohodnost. Součástí by měl být popis podnikatelské příležitosti a popis produktu nebo služby s tím, že je nutné mít konkurenční výhodu a důraz by měl být kladen také na užitek pro potencionálního zákazníka. Výrobek musí být lepší než výrobek konkurence. Plán by měl poukázat na konkurenční výhody projektu, ale neměl by ani zakrývat slabá místa a rizika s nimi spojená. Dále by plán měl obsahovat cíle, vize firmy a vlastníků, skrz ně přesvědčíme čtenáře o schopnosti úspěšné realizace projektu (Srpková, 2011).

Strukturu podnikatelského plánu pro svůj podnikatelský záměr upravím takto:

- Úvod – popis podnikatelského záměru
- Analýza vnějšího makro prostředí
- Analýza trhu, potenciačních zákazníků a trendů
- Analýza konkurence
- Podnikatelské cíle a vize podnikání
- Stanovení marketingové strategie
- Finanční plán
- Analýza rizik
- Závěr – shrnutí

### **4.3 Podnikatelská příležitosti a analýza prostředí**

Pro úspěch je potřeba najít trh, který bude mít zájem o náš výrobek nebo službu. Při vytváření podnikatelského plánu je prvním krokem tvorba podnikatelské strategie v reakci na prostředí. Analýza vnějšího prostředí je prvním krokem pro stanovení podnikatelské příležitosti.

### **4.4 Strategické plánování**

Pro sestavení marketingové strategie podniku je nejprve potřeba získat potřebná data z vnějšího prostředí a následně informace, na jejichž základě se vytvoří cíle, na které naváže strategie, která určuje, jakým způsobem těchto cílů dosáhnout.

Je třeba zjistit data z mikro i makro prostředí. Mikro prostředí je blíže firmě než makro prostředí a firma ho svým fungováním může ovlivnit. Naopak makroprostředí ovlivňuje firmu bez větší možnosti zásahu firmy. Do mikro prostředí spadají partneři společnosti, zaměstnanci, odběratelé, dodavatelé, konkurence a užší veřejnost, která má přímý vliv na činnost dané firmy. Analyzování mikro prostředí se zaměřuje na rozeznání hybných sil odvětví, jež ovlivňují podnik.

Makroprostředí se soustředí na širší okruh vnějších faktorů, jenž ovlivňují společnost navzdory tomu, že je společnost nemůže ovlivnit. Tyto faktory mají také velký dopad na podnik. Patří sem ekonomické faktory, politické faktory, sociální faktory, demografické faktory, kulturní vlivy, technologické vlivy, přírodní vlivy. Společnost musí sledovat vývoj a změny těchto faktorů a musí být schopná na ně včas reagovat.

Makro prostředí bylo během kovidové krize klíčové kvůli restrikcím pro mnoho podniků, stejně je tomu v případě války na Ukrajině nebo zvyšující se inflace, což je stále aktuální jev patřící k ekonomickým faktorům ovlivňující podnik. Data z makroprostředí jsou k nalezení na Eurostatu, Českém statistickém úřadě, na webových stránkách jednotlivých ministerstev nebo České národní banky, ve zprávách a tak dále (Burečová, 2022).

Data je potřeba analyzovat například pomocí SWOT analýzy, situační analýzy, analýzy 4C, 5C a 7C, STEP nebo PESTLE analýzou a dalších.

#### 4.4.1 STEP analýza

Často se setkáme také s PEST nebo PEST/LE analýzou, které jsou velmi podobné STEP analýze. STEP analýza se nezabývá vnitřními faktory firmy, soustředí se pouze na vnějšími faktory, které mají vliv na podnik a jejich účinky. Dále určuje, které z nich jsou nejdůležitější pro blízkou budoucnost a na které je tedy potřeba se zaměřit primárně. Dále predikuje do budoucnosti. Tyto poznatky pak firma využívá ve svůj prospěch nebo se snaží zmírnit nežádoucí dopady. Cílem je vybrat si faktory, které jsou relevantní pro konkrétní podnik a soustředí se na jejich dopady na podnik.

Zabývá se **Společenským prostředím**, někdy také uváděno jako sociálně kulturním. Kam spadá například, demografie, distribuce a velikost příjmů, mobilita, životní styl a životní úroveň, spotřební zvyky, vzdělání, zvyky, náboženství, národnosti a podobně. Pro firmu je důležité chování a preference spotřebitelů.

Dále se zabývá **technologickou úrovní**, kam spadají zejména nové technologie, vynálezy a patenty, objevy, inovace, míra zastarání, výdaje na vědu a výzkum, rychlost změn.

**Ekonomický vývoj** se zabývá vývojem HDP, ekonomickým cyklem, inflací, příjmy a výdaji domácností, úrokovými sazbami, měnovými kurzy, zaměstnaností, výši důchodů, životním minimem, kupní silou a dalšími ekonomickými ukazateli, jelikož všechny tyto faktory ovlivňují koupěschopnost spotřebitelů.

**Politicko-právní prostředí** nastavuje regulace kterými se firma musí řídit, reflektuje mezinárodní politiku, řeší politické uskupení, zajímá se o stabilitu, korupci, právní úpravu, vliv politických stran, regulace, daně a v neposlední řadě o ochranu životního prostředí. Určuje rámec pro podnikové činnosti. (Burečová, 2022).

#### 4.4.2 Analýza 4C

Tato analýza (Šafrová Drášilová, 2019) se zaměřuje více na konkrétní odvětví, na mikro prostředí. Napomáhá společnosti lépe pochopit trh. Používá se i v případě rozšiřování působnosti na zahraniční trhy. Opět stejně jako u STEP analýzy existují různé úpravy a rozvíjení této analýzy. Tato analýza na analýzu STEP navazuje. V základní podobě do analýzy 4 C patří:

- Zákazníci – customers
- Region – country
- Náklady – costs
- Konkurence – competition

Zákazníci jsou jádrem podnikatelské činnosti, jsou zdrojem příjmu, a kvůli tomu je třeba toho o nich vědět co možná nejvíce. Je nutné zjistit kdo jsou zákazníci, zohlednit jejich potřeby, přání a preference. Při analýze zákazníků bychom se měli soustředit na podobnosti mezi zákazníky, zda můžeme pracovat s určitou skupinou nebo zda se mezi sebou zákazníci liší a produkt nebo služba se musí přizpůsobit individuálním potřebám. Mezi nejdůležitější věci, které bychom měli analyzovat patří demografické, geografické i behaviorální charakteristiky zákazníků. Zaměřit se je nutné na charakter zákazníků, míru loajality, jejich počet, zvyky a trendy v jejich chování. Je dobré si vytvořit popis potencionálního zákazníka abychom si lépe ujasnili všechny údaje, které můžeme o zákazníkovi zjistit, je dobré sledovat jeho chování. Roli hrají také automatická očekávání, kterým je nutné se přizpůsobit. Příkladem může být třeba forma komunikace.

Region: Tento bod se zaměřuje na národní odlišnosti. Různé regiony či různé země mají různé kulturní, náboženské, technické, politické nebo i přírodní předpoklady, které je třeba brát v potaz. Například by bylo obtížné se snažit o letní příměstské cyklistické tábory pro děti například v Saúdské Arábii, jelikož cyklistická kultura není tolik rozšířená, navíc je omezený pohyb žen a tak dále. Ale i v České republice se setkáme s odlišnostmi napříč kraji či městy.

Náklady odvětví zahrnují celou škálu nákladů, které ovlivňují podnikání. Náklady na výrobu, marketing a propagaci, výzkum a vývoj, daně, mzdy, osobní náklady ale i úspory z rozsahu, náklady na dodavatele a přepravu a další náklady specifické pro konkrétním odvětví.

První, co nás zajímá ve vztahu ke konkurentům, je jejich počet a velikost, jaký mají podíl na trhu a jaká je jejich síla. Jaká je jejich nabídka. Následně je třeba posoudit i vztahy mezi konkurenty. Zda je snadné pro novou konkurenci vstoupit na trh či naopak zda existují zábrany pro vstup do odvětví. Stejně tak nás zajímá odchod konkurence z odvětví a důvody. V dnešní době existuje mnoho konkurence, což je ale předpokladem k tržní ekonomice.

Velmi podobným modelem pro analýzu mikroprostředí je Porterova analýza pěti konkurenčních sil. Používá se jeden z těchto dvou nástrojů kvůli překryvu ale pro představu je dobré si pět základních sil alespoň přiblížit, což je dobře vidět na obrázku.

Obrázek 1 - Porterův model pěti sil



Zdroj: (Blažková 2007)

#### 4.4.3 SMART cíle

Díky analýze makro a mikro prostředí víme, kde chceme zacílit. Dalším krokem je nastavení konkrétních cílů.

Vize a cíle jsou důležité pro každý podnik. Díky cílům můžeme zhodnotit do jaké míry jsme schopni je naplnit. Cíle by měly být stanoveny přibližně na 5 let a konkretizovány na jeden rok. Formulace by neměla být zdlouhavá, mělo by jít o krátké, úderné, trochu reklamní cíle formulovány pozitivně a srozumitelně. Cíle vycházejí z vize podniku, která by měla definovat představu o směru, kterým se firma chce do budoucna vydat za určitý časový horizont. Cíle by měly být definovány co nejpřesněji avšak mohou být různorodé. Výraz SMART je anglická zkratka sestavená ze začátečních písmen anglických slov:

- S – specific – konkrétní, specifický, přesně popsáný cíl
- M – measurable – měřitelný
- A – achievable/acceptable – dosažitelný, přijatelný, atraktivní, akceptovatelný v rámci firmy
- R – realistic – realistický, reálný
- T – timely/trackable – časově ukotvený, ohraničený sledovatelný, (Srpová, 2011)



Příkladem SMART cíle pro osobní život může být například poznávání krás Čech. Akorát se musí cíl správně nadefinovat a rozvést. Musí být v naší kompetenci dostat všem závazkům. Osobně bych si mohla vytyčit cíl navštívit všechny národní parky ČR do konce roku a následně tyto návštěvy zanést do cestovatelského deníku. Tento cíl je specifický, je jasně definovaný. Je měřitelný, parky jsou celkem 4 a k 31.12. mohu porovnat, zda jsem stihla navštívit všechny nebo jen některé, tedy na kolik procent byl cíl splněn. Je také realistický, jelikož hodně a ráda cestuji a je časově ohraničený.

V podnikatelském prostředí se cíle nejčastěji zaměřují na postavení firmy na trhu, tržní podíl, návratnost investice, inovace výrobků, zvyšování povědomí o značce. Dále cíle často pracují s cenou a distribucí, komunikací, prodejem a loajalitou zákazníků. Klíčem ke splnění cílů je vědět, kdo jsou naši zákazníci. A poté se již stanovuje strategie naplnění těchto cílů (Burečová, 2022).

#### 4.4.4 Vize a mise/poslání

Podle (Blažková, 2007) je důležité již na počátku vzniku firmy, aby se měla stanovit podniková vize a mise, aby bylo jasné, jakým směrem se bude podnik ubírat.

Je důležité písemné zpracování. A také seznámení zaměstnanců s naší vizí a misí. To bývá pro firmy oříšek a často se setkáme se společnostmi, které nemají jasně definované vize a mise.

Vize se zabývá budoucností, převážně dlouhodobými cíli a zlepšováním, kterými se firma odlišuje a které chce do budoucna naplnit. Mělo by jít o motivující, inspirující ale také reálný a dosažitelný cíl. Mise se soustředí na přítomnost, čím se firma odlišuje a jak přispívá svým zákazníkům a společnosti nyní. Mise musí být konkrétní, nepříliš složitá.

Vize a mise pomáhají s nacházením základního účelu ale i směru vývoje podnikání do budoucna. Tyto pojmy ovlivňují zákazníky, zaměstnance ale i obchodní partnery, akcionáře a další. Vize by se měla měnit pouze v reakci na významné změny naproti tomu misi lze upravovat pružněji, jelikož reflektuje současnost. Vize i mise má několik funkcí, jak je vidět na obrázku.

Obrázek 2 - Funkce vize a mise



Zdroj: vlastní zpracování dle dat (Blažková, 2007)

#### 4.4.5 SWOT analýza (základy úspěšného podnikání)

SWOT analýza je jednou z nejznámějších analýz. vychází stejně jako STEP analýza z dat, které získáváme z makro prostředí ale i mikro prostředí na rozdíl od STEP analýzy, a navíc se zabývá i prostředím uvnitř firmy. Analýzu SWOT můžeme rozdělit na dvě části. Analýza OT je analýzou vnějšího prostředí, mikro i makro. A analýza SW, která je analýzou vnitřního prostředí firmy.

Součástí podnikatelského plánu by mělo být prokázání silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb a posouzení schopnosti reagovat na změny, které mohou v prostředí nastat. K tomu se hojně využívá SWOT analýza. Název je opět odvozen z prvních písmen anglických slov:

- S: Strengths = silné stránky
- W: Weaknesses = slabé stránky
- O: Opportunities = příležitosti
- T: Threats = hrozby

Nevýhodou analýzy je jednostrannost a statickost (Jakubíková, 2013).

#### 4.4.6 Lean Canvas

Předchůdce tohoto modelu by mohla být myšlenková mapa projektu. Model Lean Canvas vychází z předpokladu problému u zákazníka, na který hledá řešení a tím se zvyšuje pravděpodobnost úspěchu. Lean Canvas je shrnutím podnikatelského plánu na jednu stranu, nezabývá se příliš detaily. Metoda si díky tomu zajistila popularitu mezi globálními startupy. Začíná potencionálními problémy potencionálních zákazníků a odpovídá na ni odpovídajícím produktem nebo službou.

Zaobírá se existujícími alternativami, zákaznickými skupinami, unikátní nabídkou hodnot, prvními vlastovkami, cestami k zákazníkům, strukturou nákladů a výnosů, klíčovými ukazateli a neférovou výhodou (Svobodová, 2017).

Obrázek 3 - Lean Canvas

Lean Canvas		Projekt:	Autorka:	Datum:
Podnikatelský plán na jedné straně papíru Online kurz zdarma na <a href="http://www.leancanvas.cz">www.leancanvas.cz</a>				Verze #
<b>Problém</b> Jaké jsou 1-3 nejpalčivější problémy vašich zákazníků?	<b>Řešení</b> Jaké vlastnosti vašeho produktu řeší problémy vašich zákazníků?	<b>Unikátní nabídka hodnoty</b> Čím upoutáte pozornost? V čem jste jiní? Jaká je výsledná hodnota pro zákazníka?	<b>Neférová výhoda</b> Co vám nemůže nikdo snadno zkopírovat nebo si to koupit? Proč byste to měli dělat zrovna vy?	<b>Zákazníci</b> Kdo jsou vaši zákazníci, resp. uživatelé?
<b>Existující alternativy</b> Jak zákazníci řeší své problémy dnes?	<b>Indikátory</b> Co pro vás znamená úspěch a jak jej budete měřit? Jaká další čísla jsou pro vás teď důležitá (aktivace, konverze, loajalita, sdílení, doporučení)?	<b>Srozumitelný opis</b> Jak jednoduše opíšete vaše řešení pomocí již existujících?	<b>Cesty k zákazníkům</b> Jak se dostanete ke svým zákazníkům?	<b>První vlastovky</b> S kým můžete začít nejříve?
<b>Struktura nákladů</b> Za co budete platit a kolik? Jaké jsou vaše fixní a variabilní náklady?			<b>Cenový model</b> Jak naskočí vaše řešení problému?	

Zdroj: [www.leancanvas.cz](http://www.leancanvas.cz)

#### 4.4.7 Myšlenkové mapy

Myšlenkové mapy jsou nástrojem, který pomáhá utřídit si myšlenky a zlepšit organizaci práce. Myšlenkové mapy také posilují paměť a pomáhají vyselektovat důležité informace od nedůležitých. Myšlenková mapa lze využít pro podnikatelský plán ale i další činnosti spojené

s podnikáním jako je vymýšlení nových produktů nebo služeb, při plánování nebo vedení projektů a dalších důležitých činnostech souvisejících s podnikáním.

Myšlenkové mapy jsou nástrojem, jenž vede k produktivitě. Podstatou je větvení a rozvíjení nápadů do více stran s tím, jak plynou naše myšlenky. Podporují kreativitu. Někdy jsou myšlenkové mapy přirovnávány k švýcarskému noži díky jeho větvení a multifunkčnosti. Jde o efektivní nástroj zachycující nápady. Existují již i počítačové programy ale stále se ještě vyplatí si myšlenkovou mapu udělat na papír. Myšlenkové mapy se mohou stát důležitým organizačním nástrojem pro firmu (Buzan, 2011).

#### 4.4.8 Finanční plán

Finanční analýza je součástí podnikového řízení. Data finanční analýzy slouží pro krátkodobé i dlouhodobé finanční plánování. Představuje záměry z předchozích částí plánu převedené do peněžní formy. Zpracovává se vstupní investice do podniku nutná pro rozjezd podnikání. Součástí plánu je i přehled financování projektu. Často je potřeba k pokrytí vstupních nákladů i cizích zdrojů, jakými jsou například půjčky v bance. Tyto investice zahrnují i vstupní poplatky spojené s administrativou a peněžní rezervu pro případ potřeby a samozřejmě nákup majetku. Sestavujeme také plán nákladů a výnosů, tedy výkaz zisků a ztrát pro první roky podnikání. Odhad tržeb se často dělá i ve variantě optimistické a pesimistické pro širší představu o vývoji. Výkaz cash-flow, který zahrnuje příjmy a výdaje, se zpracovává pro kontrolu likvidnosti podniku. Aby se zjistilo, při jakém množství je firma již zisková, přidává se do finanční analýzy i bod zvratu, který určuje objem produkce potřebný pro ziskovost. Dalšími často používanými ukazateli jsou ukazatele likvidity, rentability či zadluženosti. Finanční plán musí být realistický. Finanční plán je významný i pro investory či banku, pokud by byla potřeba získat cizí zdroje. Vlastními zdroji jsou vklady vlastníku do firmy. (Veber, 2012).

#### 4.4.9 Analýza rizik

Podnikání přináší celou řadu rizik, se kterými se musí počítat. Předpokladem snižování rizika je analýza, díky které známe hrozby a jejich dopad na firmu. Potřebujeme se také zaměřit na pravděpodobnost s kterou tato rizika nastanou a jejich váhu. Různá rizika budou

různě závažná pro různé oblasti podnikání. Je třeba se zaměřit na konkrétní rizika pro konkrétní podnik a podnikatelskou činnost.

Analýza rizik je proces identifikace, hodnocení a řízení rizik. Cílem je snižování dopadu negativních rizik na minimum. Při identifikaci potencionálních rizik můžeme vycházet z analýzy SWOT, která je již zmíněna. Při hodnocení rizik se posuzuje především pravděpodobnost výskytu rizika a důsledky. Řízení rizik spočívá v plánování minimalizace dopadu těchto rizik. Analýza rizik zvyšuje šance na úspěch. Součástí by také mělo být řešení a jakým způsobem rizikům předcházet, pokud je to možné (Smejkal, 2010).

#### 4.5 Potřeby

Potřeby jsou tím, co člověka vede k ekonomické činnosti. Lidská potřeba je chápána jako určitý nedostatek, který člověk pociťuje a který se snaží odstranit. Tím, že se potřeby neustále mění a člověk se je snaží uspokojovat, jsou hnací silou vývoje. Lidské potřeby jsou různé a mají různou váhu, některé jsou pociťovány více intenzivně než jiné. Každý ekonomický subjekt si vytváří svou preferenční stupnici potřeb, kde jsou potřeby uspořádány dle subjektivní naléhavosti. Některé potřeby jsou nutné pro přežití, na druhou stranu existuje celá řada potřeb méně naléhavých. Existují také potřeby vyvolané uměle například reklamou či potřebou předčít spoluobčany a získat tak pocit prestiže a nadřazenosti. Nejnaléhavější potřeby dlouhodobého charakteru pak nazýváme zájmy.

Obecně se předpokládá sledování vlastního zájmu, vlastního cíle jednotlivce, který je nejsilnější hybnou silou hospodářské činnosti. Jde především o maximalizaci užítku a minimalizaci nákladů. Snažení ekonomických subjektů zajišťuje tržní mechanismus a také stát. K uspokojení lidských potřeb dochází spotřebou statků, tedy výrobků a služeb. V mé práci jde primárně o služby. Služba je činnost, která uspokojuje potřeby průběhem a tím přináší užitek (Jurečka a spol., 2018).

*„Hospodářská svoboda končí tam, kde začíná svoboda jiného subjektu.“* (Jurečka a spol., 2018)

## 4.6 Marketingová strategie

“Marketingová strategie je rozhodnutím vrcholového managementu firmy o tom, jak, kdy a kde konkurovat.” (Jakubíková, 2013)

Marketingový plán je potřebný pro řízení podniku a navazují na něj ostatní plány. Součástí je již zmíněná SWOT analýza, stanovení cílů. Určuje ale také produkty a služby. Marketing zahrnuje komunikaci, buduje vztahy se zákazníky. Zvyšuje povědomí o značce. Marketing přináší zákazníkům hodnotu, a firmě přináší zisk z těchto spokojených uživatelů. Cílem firmy je poskytovat kvalitní produkt či službu na správném místě, ve správný čas, za správnou cenu, a to správným způsobem, což je konceptem marketingového mixu 4P – Produkt, cena, distribuce a komunikace. V tomto projektu ještě není zmíněno promotion – komunikace a price – cena. Propagace nezahrnuje pouze reklamu, ale na cestu, jíž se produkt dostává k příjemcům. U cenotvorby počítáme s náklady na vytvoření produktu či služby. Cena produktu se určuje pomocí nákladového, konkurenčního nebo poptávkového přístupu – v praxi však většinou vzniká jejich kombinací (Janouch, 2020).

### 4.6.1 Marketingový výzkum

Jedním z předních postupů pro marketingový výzkum je dotazování. Dalšími jsou pozorování a experiment či rozhovory. Rozhovory bych ráda využila pro zjištění preferencí potencionálních zákazníků kvůli větší přesnosti.

## 4.7 Shrnutí

Shrnutí (Shelton, 2017) je nejdůležitější částí podnikatelského plánu. Mělo by být stručné a profesionální. Musí přesvědčit, že podnikatelský plán bude úspěšný a čím se odlišuje od konkurence. Mělo by se také přizpůsobit čtenáři. Klíčové informace se mohou lišit v závislosti na čtenáři. Žádný podnikatelský plán ale nemůže být dokonalý, nemůže zachytit všechny hrozby, potřeby zákazníků a překážky. Proto pro podnikání je potřeba být vytrvalý, soustředěný a pustit se do toho naplno.

## 5 Praktická část

Vlastní práce navazuje na teorii zmíněnou v teoretické části bakalářské práce. Zpracovává podnikatelský plán pro firmu pořádající příměstské tábory pro děti.

### 5.1 Titulní strana podnikatelského plánu

Název společnosti: Do bruslí s Borůvkou, s. r. o.

Logo:

*Obrázek 4 - Logo*



*Zdroj: vlastní zpracování za použití DALL-E 2*

Předmět podnikání: Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

- Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti
- Mimoškolní výchova a vzdělávání, pořádání kurzů, školení, včetně lektorské činnosti
- Poskytování služeb pro rodinu a domácnost
- Provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí

Právní forma: společnost s ručením omezeným

1 společník: Veronika Borůvková

Základní kapitál: 100 000 Kč

Sídlo: v místě bydliště, Praha 10

Zahájení podnikání: leden 2024

## 5.2 Úvod podnikatelského plánu

Dle mého názoru a mých osobních zkušeností je třeba děti od útlého věku vést a motivovat ke sportu. V pokovidové době, kdy všichni navykli restrikcím a omezením je to důležitější úkol než kdy dříve. Letní prázdniny, kdy děti nechodí do školy jsou skvělou příležitostí, jak formou sportovních táborů docílit jejich větší pohybové aktivity. I v Praze najdeme mnoho krásných parků, cyklostezek a hřišť, kde se děti všech věkových kategorií mohou věnovat pohybovým aktivitám. Ve sportovních aktivitách o letních prázdninách spatřuji podnikatelskou příležitost pro založení firmy, která by se zabývala sportovními příměstskými tábory pro děti. Konkrétně v blízkosti mého bydliště na Praze 10, kde je mi známo důvěrně okolí. Také kvalita ovzduší v Praze je jednou z nejhorších z celé České republiky a kolo nebo kolečkové brusle jsou dopravním prostředkem, který je možné využívat místo automobilové dopravy. Rozhodla jsem se začít s podnikáním v příštím roce, jelikož příprava tábora je náročná a vyžaduje minimálně půlroční přípravu. V případě úspěšného rozjezdu firmy je možné rozšířit aktivity i na zimní období.

## 5.3 Popis služby a prostředí

Hlavním zaměřením firmy jsou příměstské tábory pro děti na kole a kolečkových bruslích. Jako vedlejší službu nabízíme také individuální lekce cyklistiky, inline a ledního bruslení. Důvody pro právě toto zaměření jsou následující:

Kolečkové brusle snižují napětí a stres. Mohou se stát kvalitně stráveným časem s přáteli či rodinou. Zlepšují fyzický stav, posilují oběhový systém a svaly celého těla a zlepšují motoriku. Zvyšují fyzičku a pracují s rovnováhou. Jsou šetrnější ke kloubům, na rozdíl od běhání není tělo vystavováno nárazům. Inline-bruslení je také řazeno do sportů s malým rizikem zranění a nemá věkové omezení. Bruslení je také dobrým sportem na hubnutí. V neposlední řadě jde o pohyb na čerstvém vzduchu (10 důvodů, proč jsou inliny skvělé: Posílí fyzické i psychické zdraví, 2019).



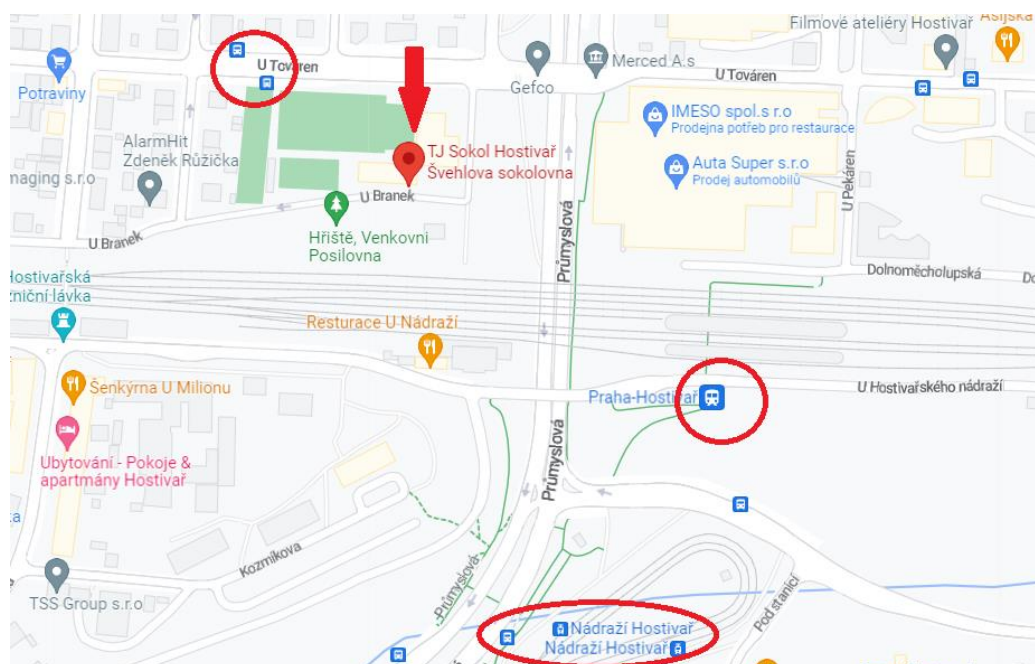
Cyklistika má také pozitivní dopad na zdraví člověka. Stejně jako každá pohybová aktivita, jízda na kole snižuje riziko předčasného úmrtí, snižuje nebezpečí celé řady nemocí. Zdokonaluje rovnováhu, koordinaci, pohyb, sílu a vytrvalost. Má i pozitivní vliv na psychiku. Jízda na kole je prevencí proti obezitě. Také vyvíjí menší tlak na klouby než běhání. Kolo se dá využívat i jako dopravní prostředek. Napomáhá tak k lepším životním podmínkám, snižování hluku, emisí, dopravního ruchu a podobně. A také může opět jít o kvalitně strávený čas s přáteli (Pozitivní dopady jízdy na kole na zdraví člověka, 2012).

### 5.3.1 Lokalita:

Lokalita pro tábor je TJ Sokol Hostivař. Zde je zatím pořádán pouze příměstský tábor s angličtinou a sportem od centra Voříšek ve dvou týdnech prázdnin.

Lokalita je dobře dostupná městskou hromadnou dopravou. Z metra Skalka sem jede autobus 7 minut a ze stanice metra Háje či Opatov jede autobus čtvrt hodiny. V docházkové vzdálenosti je i tramvajová a vlaková stanice Nádraží Hostivař. V případě dopravy autem je zde možnost bezplatného parkování.

Obrázek 5 - Lokalita



Zdroj: vlastní zpracování za použití Google Maps

Sokolovna je vybavena velkým společenským sálem s pódiumem a tělocvičnou. Hned před Sokolovnou Hostivař je velké dětské hřiště s prolézačkami, houpačkami, a venkovní posilovna. Výhodou této lokality je, že se zde pořádají celoročně akce pro děti a dospělé, což by mohlo být nápomocné k zaplnění táborů. Pořádají se zde plesy, dětské maskarní bály, kurzy hudby, gymnastiky, loutková divadla pro děti, cvičení pro děti i dospělé a mnoho dalších akcí během celého roku.

Sokolovna Hostivař by primárně sloužila jako zázemí, tedy především úschovna kol přes noc, náhradního oblečení, přezuvek do tělocvičny a dalšího vybavení. V případě špatného počasí by se využila tělocvična nebo společenský sál. Jinak je celý tábor koncipován venku. Ze zkušenosti z letních táborů vím, že v malém dešti se na kole dá jezdit, když jsou děti vybaveny nepromokavými bundami. Léta v Praze bývají spíše slunečná, teplá, a proto jsme ve vnitřních prostorách ještě nikdy netrávili více než jeden nebo dva půldny z celého týdne.

### 5.3.2 Cyklistický příměstský tábor

Na táboře se děti rozdělí dle výkonnosti do několika skupin. Ideální počet dětí na táboře je 20–30 dětí na 3 až 4 instruktory. Na jednoho instruktora připadá tedy 6 až 8 dětí, nejčastěji se ale vytvoří 2 skupinky dětí, kdy jeden instruktor jede jako první a druhý skupinu uzavírá. Není problém ale skupiny dle potřeby vytvořit i tři nebo čtyři.

Sraz dětí je vždy ráno od 8:00 do 8:45. První den je třeba zjistit alergie dětí kvůli obědům a vybrat potvrzení o bezinfekčnosti dětí. Také zranění či jiná specifika o kterých instruktoři musí vědět. Než dorazí všechny děti, hrají se s dětmi různé hry. První den je potřeba seznámit děti s programem, bezpečnostními pravidly na táboře, instruktory a také seznámit děti mezi sebou. Hry se vždy dají přizpůsobit počasí či náladě dětí. První den se zapojují hodně hry, které pomáhají se zapamatováním si jmen. Děti také dostanou na cyklistické helmy štítky se jmény pro rychlejší zapamatování nejen pro instruktory ale i ostatní účastníky.

Další na programu je rozcvička, která pomáhá předcházet zraněním. Její součástí je zahřání svalů a následné protažení. Po rozcvičce se vždy vyrazí na kola. Zkontroluje se technický stav kol, doplněné pití a svačiny, které si děti berou s sebou. Instruktoři také vždy vozí pumpičku na kolo, nejnnutnější náradí na opravy a lékárničku. Program na kolech se mění

každý den, aby se tábor nestal stereotypním. Také se musí program přizpůsobit všem výkonnostním skupinám.

Pondělí je prvním dnem, kdy se zjišťují dovednosti jednotlivých dětí a děti se řadí do skupin. Vyrazí se do přílehlého malého lesíka a na louku, kde jsou lesní cestičky, kopečky a další terén pro prověření zdatností jednotlivých dětí. Také se zde postaví slalom a opičí dráha, kterou je potřeba zdolat na kole.

Uspořádají se týmové štafetové závody i kvůli tomu, aby se děti první den lépe poznali a vybudoval se týmový duch a poté se vyrazí se oběd. Oběd bude v pondělí v restauraci U Milionu, která je nedaleko Sokolovny a po obědě a poledním klidu se vyrazí na první výlet na Pumptrack Boulodrom Horní Měcholupy, kde si děti vyzkouší boule a klopené zatáčky. V těsné blízkosti je i dětské hřiště.

Během dalších dnů tábora se kombinují výlety dle počasí a zdatnosti jednotlivých skupin. Výlety jsou následující: Hostivařská přehrada, Milíčovský les, Pumptrack VAK Háje, Pumptrack Starochodovská, po červené stezce podél Botiče, kde je po cestě stezka bosou nohou, Černý Most a rozhledna Doubravka, Nejmenší pražská rozhledna a Pískovna, stezka směrem Dubeč a Dolní Počernice, bikepark Jahodnice a další. V okolí je mnoho míst, kam se dá na kole vyrazit. Oběd je vždy v přílehlém okolí, dle lokality výletu, aby se mohla co nejlépe optimalizovat trasa výletu. V pátek po obědě se dětem rozdají diplomy a sladké odměny a shrne se celý tábor.

Tabulka 1 - Harmonogram táborů

8:00 - 8:45	příchod dětí na tábor hry
9:00 - 9:30	první den seznámení dětí a instruktorů seznámení s programem na celý týden rozcvička
9:30 - 12:00	výlet na kole, výuka v průběhu svačina
12:00 – 14:00	oběd polední klid
14:00 – 16:30	cesta na kole zpět
16:30 – 17:00	konec shrnutí celého dne a program na další den rodiče si vyzvedávají děti

Zdroj: vlastní zpracování

### 5.3.3 Tábor in-line bruslení

Časový harmonogram je podobný jako u cyklistického tábora. Oběd bude každý den až na čtvrtek v Šenkýrně U Milionu. Ve čtvrtek se vyrazí na celodenní výlet na cyklostezku směrem do Dubče. A také se pojedou do skateparku na Černý most. Výuka inline-bruslení bude probíhat na plácku blízko sokolovny Hostivař a na cyklostezce. V případě špatného počasí bude uspořádán výlet na boulder do lezeckého centra Smíchoff, kde je nově postaven boulder pro nejmenší.

### 5.3.4 Harmonogram táborů na léto

Pro rok 2024 budou vypsány 4 termíny cyklistických táborů a 2 termíny inline táborů. První týden prázdnin není příměstský tábor kvůli státním svátkům plánován. Dodatečně je možné v případě velkého zájmu vypsát další termín ve volném týdnu 31. 7. – 4. 8.

Tabulka 2 – Harmonogram léta

červenec					srpen			
3.-7.	10.-14.	17.-21.	24.-28.	31.-4.	7.-11.	14.-18.	21.-25.	28.-1.9
-	cyklo	inline	cyklo	-	cyklo	inline	cyklo	-

Zdroj: vlastní zpracování

Individuální lekce in-line bruslení a ledního bruslení či cyklistiky jsou logicky další službou. Často se děti před táborem chtějí rozbruslit, aby si tyto dovednosti připomněli. Nebo úplní začátečníci často před táborem přijdou na jednu nebo dvě lekce a díky tomu se i během tábora mnohem rychleji posouvají vpřed a vědí co mohou očekávat. Co se týče cyklistiky, děti již musí samostatně nasedat a sesedat z kola, musí umět přehazovat a musí být schopné ujet i delší vzdálenosti. S tím můžeme na individuálních lekcích také pomoci. V průběhu tábora se děti často nadchnou pro inline bruslení, a tak jsou individuální lekce vhodné i pro rodiče dětí, kteří chtějí s dětmi držet na stezce krok.

#### 5.4 Analýza vnějšího prostředí

Pro vnější prostředí jsem využívala analýzu STEP a vybírala jsem oblasti důležité pro tento podnikatelský plán

#### 5.5 Sociálně kulturní prostředí

Osob žijících v Praze je k 31. 12. 2021 dle dat z Českého statistického úřadu (Obyvatelstvo v Praze 1919-2021, 2022) je 1 274 562 a má lehce zvyšující se tendenci od roku 2000 jak je vidět na obrázku. S větším výkyvem se do budoucna nepočítá, jelikož je Praha již skoro celá zastavěná a obydlená a velkému odchodu z hlavního města také nic nenasvědčuje. Stále se ale rozšiřuje výstavba v těsné blízkosti u Prahy, odkud lidé často dojíždí do Prahy ze prací.

Obrázek 6 - Vývoj obyvatelstva



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ

Děti ve věku 5-14 let, tedy potencionálních účastníků dětských táborů je také v městských částech blízko lokality zamýšlené pro tábor přes 45 000 jak je patrné z obrázku (Obyvatelstvo v Praze 1919-2021, 2022).

Obrázek 7 - Obyvatelstvo

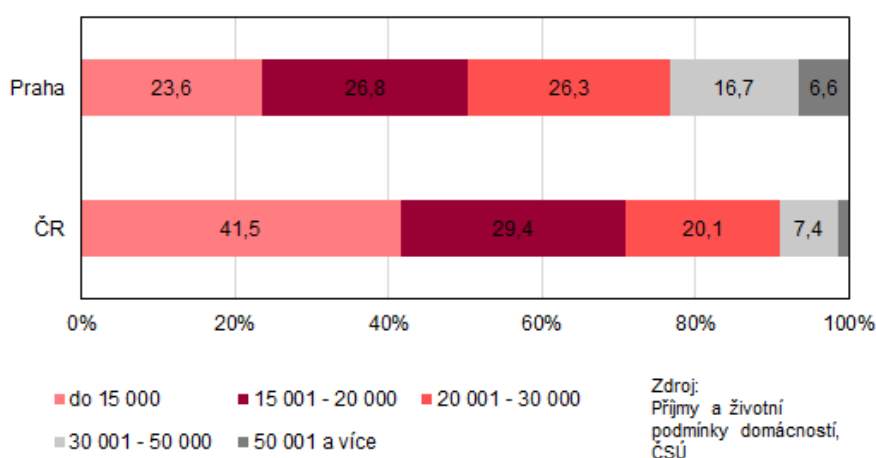
Obyvatelstvo podle věkových skupin v městských částech hl. m. Prahy k 31. 12. 2021

název městské části	Celkem	v tom obyvatelstvo celkem ve věku										
		0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50+
Praha 3	72 809	3 968	3 241	2 813	2 593	3 656	5 386	6 953	6 601	6 496	5 940	25 162
Praha 4	126 070	6 453	5 978	5 787	4 788	5 032	7 295	9 575	9 648	10 204	10 053	51 257
Praha 9	58 910	3 610	3 136	2 979	2 323	2 450	3 895	5 121	5 071	5 380	5 387	19 558
Praha 10	109 144	5 747	5 161	4 956	4 045	4 507	6 645	8 700	8 812	9 437	8 918	42 216
Praha-Běchovice	2 336	152	153	150	116	86	110	142	164	229	224	810
Praha-Dolní Počernice	2 769	206	234	180	134	106	111	161	236	263	245	893
Praha-Dubeč	3 965	243	276	318	223	144	171	204	295	388	430	1 273
Praha 14	46 178	2 512	2 381	2 334	2 427	2 342	2 965	3 602	3 695	3 941	4 263	15 716
Praha-Dolní Měcholupy	3 612	304	269	232	176	127	242	331	359	357	318	897
Praha 15	33 722	2 047	1 902	1 811	1 412	1 328	1 666	2 430	2 922	3 240	2 881	12 083
Praha-Petrovice	5 878	325	307	317	241	242	292	455	468	478	450	2 303
Praha-Štěrboholy	2 291	156	181	153	105	100	106	124	189	253	235	689
	celkem	23 219	22 030									

Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ

V Praze také čistý roční příjem na člena domácnosti přesahuje o 32 % průměr za Českou republiku, obecně tedy mají lidé v Praze více peněz, jak můžeme vidět na obrázku. Oproti průměru za Českou republiku viditelně převyšuje v příjmech nad 20 000 Kč a výše. Domácností s dětmi je 30 % ze všech domácností v Praze. (Příjmy a životní podmínky pražských domácností 2021, 2022).

Obrázek 8 - Čisté měsíční příjmy na osobu v roce 2020



Zdroj: ČSÚ, příjmy a životní podmínky domácností

Stále více lidí se přiklání k zdravému životnímu stylu a sport je nedílnou součástí. Sport zlepšuje zdravotní kondici a snižuje rizika celé řady onemocnění. Je důležitý také jako prevence. Sport má vliv i na správný psychický a fyzický vývoj člověka. Pomáhá také v sociálním začlenění do kolektivu, a to se netýká jen týmových sportů (Rychtecký, 2017). Mobilita v Praze je také na dobré úrovni díky dálnici, pražskému okruhu, a hlavně velké síti městské hromadné dopravy do které patří autobusy, vlaky, tramvaje a metro. Pro svůj tábor se ale soustředím na Prahu 10/15 a těsné okolí, kde je dobrá dostupnost právě i na kole.

Dalším důvodem, proč je Praha dobrou lokalitou jsou i vysoké školy, kterých je přes 20. Studenti vysokých škol jsou potenciaální zaměstnanci. Ideální je například Fakulta tělesné výchovy a sportu na Univerzitě Karlově či Pedagogická fakulta. V okolí je také velké množství základních škol, jejichž žáci jsou potenciaálními zákazníky.

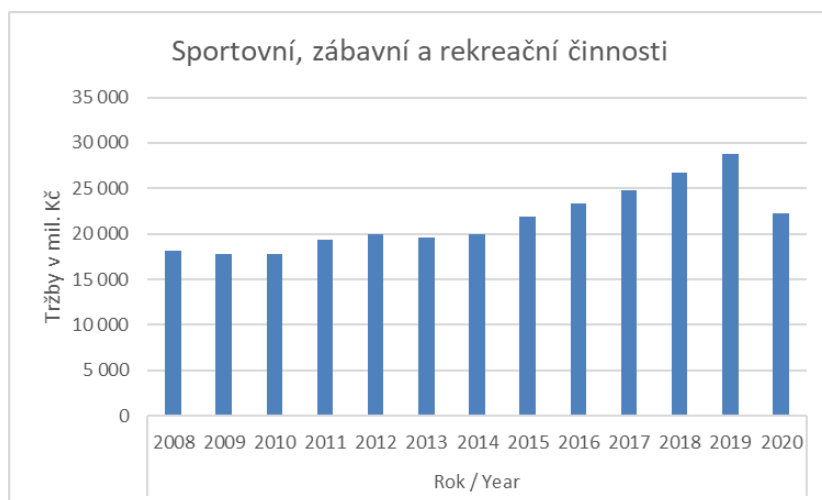
Zvyšuje se i počet cyklistů v Praze. Ten se od roku 2019 zvýšil o 73 % a stále roste. Přibývá cyklistů, kteří využívají kolo jako dopravní prostředek po městě a tím vzniká tlak na opatření, jež by zapojila cyklisty do dopravního prostoru. Praha plánuje další rozšiřování cyklostezek a páteřních cyklotras. Cyklisté také jako důvod uvádí dopad na životní prostředí ve městě a zlepšování kondice a zdraví (V hlavním městě se stále zvyšuje podíl cyklistů v dopravě. Praha plánuje rozšířit klíčové cyklostezky a navazující trasy, 2022). Z výzkumu cyklistické dopravy dále vyplývá, že pravidelných cyklistů je na Praze 10 34 %, příležitostných 15 % potencionálních cyklistů je 17 % (jezdí na kole či koloběžce méně než jednou měsíčně a necyklistů 17 %. Sdílené koloběžky, kola a elektrokola používá 15 % respondentů. Zvyšuje se počet pravidelných i příležitostných cyklistů. Necyklistů od roku 2012 také pravidelně ubývá. Nejčastějšími důvody pro kolo jsou zábava a rekreace, kondice a sport, zdraví, dále protože je to levné, rychlé a pohodlné a šetří to životní prostředí. Důvodem proč lidé nejedí na kole jsou například finance, nezám, zdraví, kopcovitý terén v Praze i pocit nebezpečí v provozu.

## 5.6 Ekonomický vývoj

Tržby za sportovní, zábavní a rekreační činnosti rostou. Lidé si stále více uvědomují cenu svého volného času a chtějí ho trávit kvalitně. Tento růst narušila kovidová krize a s ní spojené restriktce, které tyto činnosti omezovali. Tento dopad můžeme vidět v roce 2020, kdy v České republice Korona vypukla. Do budoucna ale můžeme s touto rostoucí tendencí pracovat nebo možná stagnací ale k velkému klesání pravděpodobně docházet nebude.



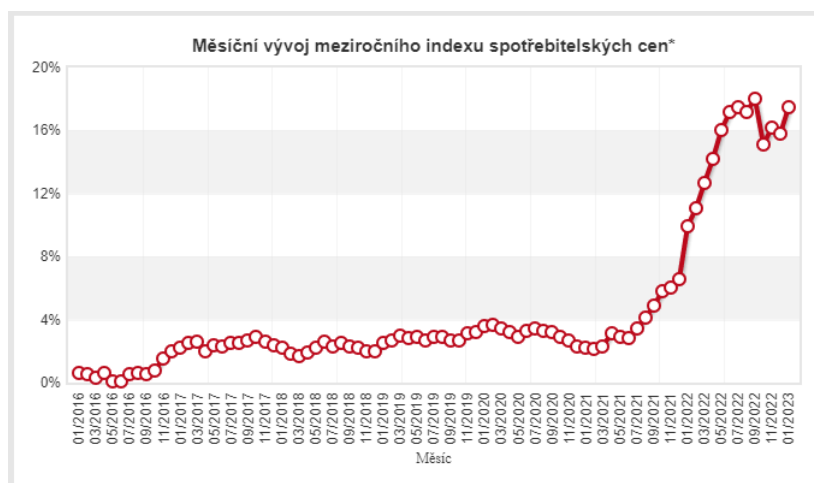
Obrázek 9 - Tržby



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ

Na druhou stranu inflace je v současnosti vysoká a spotřebitelé mění své spotřební chování. K vysoké inflaci přispěla i nízká míra nezaměstnanosti, válka na Ukrajině, kovidová krize a energetická krize. Průměrná roční míra inflace pro rok 2022 dosáhla úrovně 15,1 %. Dlouhodobý růst cenové hladiny způsobuje snižování kupní síly a bohužel i v roce 2023 je stále vysoká. Výrazné zdražení se dotklo nejen potravin ale i energetiky, bydlení a pohonných hmot. V důsledku by lidé i do budoucna mohli investovat do sportu a volnočasových aktivit méně, stejně tak do úspor (Češi letos vydávají více peněz za jídlo a domácnost, šetří na dárcích, 2022).

Obrázek 10 - Inflace



Zdroj: veřejná databáze ČSÚ

Dle dat z Českého statistického úřadu je obecná míra nezaměstnanosti (Základní charakteristiky ekonomického postavení obyvatelstva ve věku 15 a více let, 2022) pro rok 2021 2,8 %, což je nízká míra. Mezi lety 2009 až 2014 se pohybovala okolo 7 % a od roku 2017 se drží okolo 2 až 3 %. V Praze je míra nezaměstnanosti ještě nižší, drží se okolo 2 až 3 %, což naopak vede k umělému zvyšování platů a snižování nároků na zaměstnance, jelikož se můžeme potýkat s jejich nedostatkem.

Hrubý domácí produkt se používá pro stanovení výkonnosti ekonomiky (Hrubý domácí produkt (HDP) - Metodika, 2023). HDP je peněžním vyjádřením vytvořených statků a služeb za určité období na určitém území. Počítá se produkční, výdajovou nebo důchodovou metodou. Meziroční růst je pro 4. čtvrtletí 2022 0,4 % nárůst. *“Hrubý domácí produkt (HDP) očištěný o cenové vlivy a sezónnost byl v roce 2022 podle předběžného odhadu o 2,5 % vyšší než v roce 2021. Růst byl podpořen výdaji na tvorbu hrubého kapitálu a zahraniční poptávkou. Naopak negativní vliv měly výdaje na konečnou spotřebu domácností. Růst hrubé přidané hodnoty byl podpořen zejména zpracovatelským průmyslem a skupinou odvětví obchodu, dopravy, ubytování a pohostinství.”* (Předběžný odhad HDP - 4. čtvrtletí 2022, 2023)

## 5.7 Politicko-právní prostředí

Současná politická situace na trhu služeb pro obyvatelstvo neumožňuje jasný výhled, proto je potřeba se opřít o platnou legislativu. Zákony upravující podnikání v České republice:

89/2012 Sb. občanský zákoník (Nový občanský zákoník)

455/1991 Sb. zákon o živnostenském podnikání

90/2012 Sb. zákon o obchodních společnostech a družstvech

586/1992 Sb. zákon České národní rady o daních z příjmů

634/1992 Sb. zákon o ochraně spotřebitele

47/2002 Sb. zákon o podpoře malého a středního podnikání

309/2006 Sb. zákon, kterým se upravují další požadavky bezpečnosti a ochrany zdraví při práci v pracovněprávních vztazích a o zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při činnosti nebo poskytování služeb mimo pracovněprávní vztahy (zákon o zajištění dalších podmínek bezpečnosti a ochrany zdraví při práci)

Technologický vývoj není pro tento projekt příliš důležitý.

### 5.7.1 Myšlenková mapa a Lean canvas

Lean canvas popisuje stručně podnikatelský plán. Potřebou je volný čas dětí v době prázdnin a nedostatek času rodičů kvůli docházení do práce. Problémem je také obezita u dětí, nedostatek pohybu, sociální problémy a okrajově i životní prostředí. Z toho je vyvozeno řešení v podobě příměstských sportovních táborů, které budují v dětech lásku k pohybu, sebevědomí a týmového ducha. Unikátní nabídkou je rodinný podnik, jehož veškerá soustředěnost je směřována pouze do jedné lokality příměstských táborů. Výhodou je dobré zázemí táborů, zkušenosti z oboru a profesní kontakty, jak je patrné z obrázku.

Obrázek 11 - Lena Canvas

PROBLÉM / POTŘEBA	ŘEŠENÍ	UNIKÁTNÍ NABÍDKA	NEFÉROVÁ VÝHODA	SEGMENTY ZÁKAZNÍKŮ
<p>volný čas dětí během prázdnin spojený s nedostatkem volného času rodičů</p> <p>obezita dětí a mládeže</p> <p>Životní prostředí a silniční doprava v Praze</p> <p>sociální problémy způsobené covidovými opatřeními</p> <p><b>EXISTUJÍCÍ ALTERNATIVY</b></p> <p>multisportovní příměstské tábory</p> <p>pobytové tábory</p> <p>příměstské tábory s dalším zaměřením</p>	<p>příměstské sportovní tábory</p> <p>in-line a cyklistické</p> <p>budování sebevědomí a týmového ducha u dětí</p> <p><b>INDIKÁTORY</b></p> <p>obsazenost táborů</p> <p>spokojenost zákazníků</p> <p>počet doporučení</p>	<p>rodinný podnik</p> <p>přátelský přístup</p> <p>pouze jedna lokalita táborů</p>	<p>dobrá lokalita, zázemí</p> <p>zkušenosti z oboru</p> <p>přítelské vztahy s vedením objektu zázemí</p> <p><b>CESTY K ZÁKAZNÍKŮM</b></p> <p>webové stránky</p> <p>sociální sítě</p> <p>letáky v okolí (školy, školky,...)</p> <p>word of mouth</p>	<p>primárně rodiny s dětmi</p> <p>lidé se zdravým životním stylem</p> <p><b>PRVNÍ VLAŠTOVKY</b></p> <p>rodina s 1 dítětem se středním příjmem</p> <p>rodiny s více dětmi</p>
<p><b>VÝDAJE</b></p> <p>správní poplatky</p> <p>vybavení</p> <p>mzdové náklady</p> <p>pronájem</p> <p>obědy</p> <p>odměny pro děti</p> <p>propagace - webové stránky a tisk letáků</p>		<p><b>PŘÍJMY</b></p> <p>příměstské tábory</p> <p>individuální lekce</p>		

Zdroj: vlastní zpracování



šetření, ale podněty mohou pomoci ke konkretizaci a vylepšení finální služby. Dalším důvodem pro osobní rozhovory je fakt, že během rozhovorů se dají přizpůsobovat na základě odpovědí další otázky. To v dotazníkovém šetření vede k velkému počtu otázek a tím dochází ke ztrátě respondentů. Chtěla bych vybudovat značku, která bude nablízku dětem a rodičům, a tak mi nepřipadalo správné začít s neosobními dotazníky. Mým cílem je, aby se šťastné děti a spokojení rodiče vraceli na tábor každoročně.

Vybrala jsem rodiny s různě starými dětmi z Prahy spadající do střední příjmové třídy a zaměřila se na různé oblasti chodu příměstského tábora: doprava, stravování, zaměření táborů, vybavení, cena a kvalita.

Rodin bylo celkem pět:

*Tabulka 3 - Průzkum zákazníků*

Rodina číslo 1	2 holky ve věku 5 a 8 let
Rodina číslo 2	1 kluk ve věku 10
Rodina číslo 3	1 kluk 9 let a 1 holka 12
Rodina číslo 4	1 holka ve věku 7
Rodina číslo 5	2 kluci ve věku 7 a 13 let
<i>celkem</i>	<i>8 dětí: 4 holky a 4 kluci ve věku 5-13 let</i>

*Zdroj: vlastní zpracování*

Z rozhovorů vyplívá, že příměstský tábor je pro rodiče dětí přijatelný a dobře známý koncept. Většina rodičů posílá děti nejen na příměstské ale často i na pobytové tábory, to hlavně z důvodu docházení do práce a nedostatku dovolené pro pokrytí celého léta. Rodiče vidí důležitost v pohybu u dětí, a proto mají na sportovní tábory pozitivní názor. Děti tráví často také část letní prázdniny u prarodičů, většina dětí i více než polovinu prázdnin, mají často prarodiče z otcovy i matčiny strany. Některé děti, které se věnují sportům, mají v průběhu léta také letní soustředění. A všechny rodiny také plánují dovolenou na prodloužený víkend nebo celý týden ať už v Čechách nebo v zahraničí.

Z rozhovorů také vyplývá, že první týden prázdnin není dobrý pro termín příměstského tábora kvůli státním svátkům 5. a 6. července, které jsou využívány k rodinným dovoleným. I přestože je spousta profesí, kde musí lidé docházet do práce i během státních svátků, z mých respondentů všichni plánují odjet s dětmi na první týden prázdnin mimo Prahu.

Rozdílné požadavky mají rodiče s mladšími dětmi a se staršími. Rodiče by rádi dali své děti na stejný příměstský tábor, ale mladší děti nestačí starším sourozencům. Na táborech bude potřeba utvořit více skupin podle výkonosti, což si bude žádat více zaměstnanců. Nebo by bylo dobré zvážit užší věkovou skupinu dětí. V takovém případě bychom ale přišli o mladší sourozence či celé rodiny. Výkonnostní skupiny budou potřeba rozdělit i kvůli kondici dětí, některé jsou zvyklé jezdit na bruslích a kole často a dlouhé vzdálenosti, jiné vůbec.

Jelikož rodiče dojíždějí do práce preferují příměstské tábory blízko bydliště či v blízkosti základní nebo mateřské školy, kam děti sami dochází nebo je mohou doprovázet i prarodiče. U starších dětí je tomu obdobně, jelikož děti mohou po skončení tábora dojet na kole nebo autobusem sami domů pokud znají lokalitu a spojení. Co se týče zaměření táborů, uvažují 2 typy: cyklistický a inline brusle. Kolo má více dětí z dotazovaných než brusle. V úvahu by připadala půjčovna kolečkových bruslí jako součást podnikatelského záměru, jelikož děti rychle rostou a pořizování vybavení (chrániče, brusle) je drahé. Polovina dětí nikdy nestála na kolečkových bruslích a čtvrtina dětí jsou začátečníci. Z důvodu osmi hodinové pracovní doby a času potřebného na přivezení a vyzvednutí dítěte vyžaduje polovina rodičů pro tábor alespoň devíti hodinový denní blok od 8:00 do 17:00.

Polovina z dotazovaných je ochotna si připlatit za kvalitní tábor. To znamená proškolené vedoucí, kvalitně strávený čas dětí, dobré obědy. Avšak jsou si vědomi, že v Praze je z čeho vybírat, a tak samozřejmě porovnávají i ceny konkurentů. Co se týče obědů, v dnešní době vzhledem k trendům je potřeba počítat s možností vegetariánské stravy a také s velkým množstvím alergií, které děti mají, nejčastěji lepek, laktóza, různé ovoce, oříšky a zelenina. Rodiče jsou ochotni dětem připravovat svačinky (stejně jako do školy).

Během letních měsíců jsou velká horka, rodiče tedy apelují i na pitný režim a stinné prostředí v době největších vedel přes poledne. Uvítali by i alternativní program či odpočinkový den,

což je výborný podnět vzhledem k tomu, že jezdit pět dní v kuse na kole či kolečkových bruslích je pro děti náročné. Děti často nejsou zvyklé na každodenní pohyb, tak aby nedocházelo ke zraněním či přetížení. Dále je pro rodiče důležitá vstřícnost a komunikativnost vedoucích. U kolečkových bruslí pak preferují menší skupiny dětí na jednoho vedoucího, protože jsou často děti úplní začátečníci a potřebují větší podporu.

## **6.2 Analýza konkurence**

Příměstské sportovní tábory v Praze pořádá mnoho firem. Zaměřením příměstských táborů a umístěním v Praze jsou nejbližší níže zmíněné konkurenční firmy:

Tabulka 4 - Analýza konkurence

Webová stránka	Nejbližší lokalita	Zaměření tábora	Věk dětí	Cena tábora	Hodnocení Google
Netabor.cz	Praze 11 Chodov	Pohybový	3-15	4990	4,2
Inlineskola.cz	Horní Měcholupy, Hostivař	Inline i cyklo	neuvedeno	Od 3400	4,4 4,7 - Slevomat 3 - kudyznudy.cz
Sportjoy.cz	Praha 4 a Praha 13	Multisportovní	3-5 a 6-15	Od 4090	5
Sport-kids.cz	Praha 4	Inline- sportovní a cyklistický	3-6 a 7-12	Od 4500	4,9
Sportovníkempy.com	Praha 11- Háje a Chodov	Inline a bike a multisportovní	5-12 a 12- 15	Od 3990	5
Pohybová- akademie.com	Praha 10 – Vršovice	všestranný	4-13	3400	-
Dumum.cz	Uhříněves a Strašnice	Multisportovní	6-12	2300	5
Aimsport.cz	Praha 4	Multisportovní	6-13	5500	-
Sportys-kemp.cz	Praha 5	Multisportovní	7-13	2990	-
Hepaoutfit.cz	Praha 11 a Praha 3	Inline	4-15	Od 3000	5,0 Slevomat -

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat z webových stránek

Jako hlavní konkurenty jsem vyhodnotila Inlineskolu, Sportovní kempy a Hepaoutfit.



Hepaoutfit nemá cyklistický tábor v Praze. Ale inline tábor je na Praze 11 i na Praze 3. Cena inline tábora je 3 790 Kč, při podání přihlášky do konce dubna je cena 3 590 Kč a při opakované návštěvě tábora je sleva 200 Kč. V ceně je zahrnuta i dopolední svačina a úrazové pojištění. Termíny jsou 4, konkrétně na Praze 3, 5 a 11. Příměstské tábory v Brně a Jihlavě jsou již nyní, začátkem března plně obsazeny. Také nabízí půjčení bruslí a chráničů. Mají pěkné a přehledné webové stránky i sociální síť (Inline tábor).

Sportovní kempy mají také inline tábor na Praze 11 a mají 5 termínů během léta. Cena je 3990 Kč a tábor začíná už od 7:00. Tábory jsou dvojího typu TEEN pro děti od 12 do 15 let a JUNIOR pro děti od 5 do 12 let. Další inline tábory jsou na Strahově a Holešovicích a Černém mostě (nadchneme vaše děti programem sportovních příměstských táborů).

Největším konkurentem je Inlineškola, protože má velké množství táborů v blízkosti zvolené lokality. Má 10 lokalit příměstských inline táborů v Praze a 10 lokalit pro cyklo tábory. Nejbližší lokality jsou Praha Hostivař, Horní Počernice, Dubeč a Horní Měcholupy. Cena za tábor je 3500 Kč pro inline příměstský tábor a 3700 Kč pro cyklo. Také nabízí slevu 200 Kč pro sourozence a půjčení bruslí. Cena nezahrnuje úrazové pojištění (Příměstské tábory). Na druhou stranu je tato jedna z největších společností z hůře hodnocených.

Všechny firmy také nabízí individuální lekce.

### 6.2.1 Náklady

#### Počáteční náklady:

Správní poplatky za založení živnosti a notářské poplatky za notářský zápis o založení společnosti s ručením omezením a za zápis do obchodního rejstříku. Výpis z rejstříku trestů, ověření podpisů, zápis majitele a další. Cenové náklady na založení s. r. o s jedním jednatelem se pohybují okolo 10 000 Kč (Jak založit společnost s ručením omezeným a kolik to stojí?, 2020).

Nákup vybavení. Míče, švihadla, kužely na slalom, štítky na helmy, papíry, pastelky a fixy, pumpička a lepení na kolo, náhradní helma a chrániče - 2 000 Kč. Vybavení se dá samozřejmě dokoupit během léta kdykoliv dle potřeby.

Webové stránky - 20 000 Kč

Fixní náklady:

Mzdové náklady: DPP - 8 000 Kč hlavní vedoucí a 6 000 Kč další vedoucí za týden

Z mých zkušeností má hlavní instruktor 8 000 Kč za týden až 3. odpracovaný rok, většinou začíná na 7 000 Kč za týden a další instruktor dostává první rok 5 000 Kč za týden. Počítám s kvalitními instruktory, a proto platové ohodnocení musí být adekvátní. Vždy jsou na táboře minimálně 2 instruktoři.

Náklady za pronájem: Týdenní pronájem - 10 000 Kč

Náklady na propagaci: 500 letáků - 1 000 Kč. Náklady na propagaci lze v případě potřeby navýšit operativně i v průběhu léta.

Pojištění podnikání: 2 000 Kč za rok v nejzákladnější formě. V závislosti na zisk se dá upravovat, tedy navyšovat.

Variabilní náklady:

Oběd 120-150 korun na dítě

Odměny 50 korun na dítě (diplom a sladká odměna na konci týdne)

### **6.3 Cena a finanční plán**

Cena konkurence se pohybuje mezi 3 500 a 4 000 Kč, proto jsem volila cenu 3 750 Kč pro cyklistický i inline tábor. Aby nedocházelo k přecházení zákazníků ke konkurenci kvůli lepším cenám.

Výhodou tohoto finančního plánu je, že zde není utopený kapitál a pokud pomineme počáteční náklady, pak je zde skoro polovina nákladů variabilních, tedy vázaných na počet účastníků. V případě malé obsazenosti tábora se dají tábory sloučit. Dá se pracovat s počtem účastníků i instruktorů. Obědy se platí na místě. Jen mzda pro hlavního instruktora a nájem

je fixním nákladem. Dá se pracovat s náklady na propagaci a podobně, které lze navyšovat operativně v průběhu léta dle potřeby.

Vzhledem k rodinnému konceptu počítám při rozjezdu firmy s využitím pomoci rodiny, především v pomoci s propagací a zajištěním operativních činností.

### 6.3.1 Finanční plán

Obrázek 13 - Finanční plán

Náklady				Výnosy			
<b>počáteční/jednorázové</b>				za 1 dítě 3750			
správní poplatky	10000	<b>seónní</b>					
vybavení	2000	propagace	1000				
web	20000	pojištění	2000				
<b>N-P</b>	<b>32000</b>	<b>N-S</b>	<b>3000</b>				
<b>fixní náklady na týden</b>							
mzda - hlavní instruktor	8000	<b>variabilní</b>					
nájem	10000	oběd a odměna na 1 dítě		200			
<b>N-F</b>	<b>18000</b>	další instruktor na víc než 7,5 dětí		6000			

---

<b>100% naplnění kapacity</b>									
= 30 dětí na 4 instruktory									
počet dětí 30									
	výnos	N-F	N-variab.	N-P	N-S	zisk	daň 19 %	čistý zisk	
1 týden	112500	18000	24000	32000	3000	35500	6800	28700	
6 týdnů + počáteční náklady	675000	108000	144000	32000	3000	391000	74300	<b>316700</b>	
<b>obsazenost z 50%</b>									
= 15 dětí na 2 instruktory									
počet dětí 15									
	výnos	N-F	N-variab.	N-P	N-S	zisk	daň 19 %	čistý zisk	
1 týden	56250	18000	9000	32000	3000	-5750	-1100	-4650	
6 týdnů	337500	108000	54000	32000	3000	140500	26700	<b>113800</b>	

<b>1. týden</b>									
	počet dětí	výnos	N-F	N-variab.	N-P	N-S	zisk	daň 19 %	čistý zisk
minimální obsazenost, tedy	21	78750	18000	16200	32000	3000	9550	1900	7650
minimální počet účastníků na	20	75000	18000	16000	32000	3000	6000	1200	4800
jeden týden pro pokrytí všech	<b>19</b>	<b>71250</b>	<b>18000</b>	<b>15800</b>	<b>32000</b>	<b>3000</b>	<b>2450</b>	<b>500</b>	<b>1950</b>
nákladů	<b>18</b>	<b>67500</b>	<b>18000</b>	<b>15600</b>	<b>32000</b>	<b>3000</b>	<b>-1100</b>	<b>-300</b>	<b>-800</b>

<b>další týdny</b>									
	počet dětí	výnos	N-F	N-variab.	N-P	N-S	zisk	daň 19 %	čistý zisk
	13	48750	18000	8600	0	0	22150	4300	17850
minimální počet účastníků na	12	45000	18000	8400	0	0	18600	3600	15000
jeden týden při pokrytí pouze	11	41250	18000	8200	0	0	15050	2900	12150
fixních a variabilních nákladů	10	37500	18000	8000	0	0	11500	2200	9300
	9	33750	18000	7800	0	0	7950	1600	6350
	8	30000	18000	7600	0	0	4400	900	3500
	<b>7</b>	<b>26250</b>	<b>18000</b>	<b>7400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>850</b>	<b>200</b>	<b>650</b>
	<b>6</b>	<b>22500</b>	<b>18000</b>	<b>7200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-2700</b>	<b>-600</b>	<b>-2100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Při 100 % obsazenosti tábora, 30 dětí všech 6 týdnů, je čistý zisk po zdanění 316 700 Kč za léto. To je ale velmi optimistická varianta. Kdybych uvažovala reálné obsazení 50 % všech táborů, tedy 15 dětí a dva instruktory, byl by zisk za celé léto 113 800 Kč.

Aby byly pokryty všechny počáteční, všechny sezónní, týdenní fixních i týdenní variabilní náklady v prvním týdnu tábora, musí být počet dětí v prvním týdnu minimálně 19 na 3 instruktory. Mým cílem je v prvním týdnu pokrýt všechny počáteční i sezónní náklady. Při 18 dětech v prvním týdnu tábora už by byl výsledek hospodaření již záporný, konkrétně - 800 Kč.

V dalších týdnech pak mohu uvažovat pouze náklady fixní a variabilní, jelikož sezónní a počáteční náklady jsou již zahrnuty v prvním týdnu. Na táboře musí být vždy minimálně 2 instruktoři i při malém počtu účastníků kvůli případným komplikacím, které by mohli na táboře nastat. Minimální počet účastníků pro generování zisku je 7 dětí na dva instruktory. Zisk je 650 Kč ale v tomto případě bych volila sloučení s jiným táborem. Nebo bych případně uvažovala nad slevou na poslední chvíli abychom získali více dětí. 6 dětí by již dostalo výsledek hospodaření do záporných čísel.

### 6.3.2 SWOT analýza

#### Silné stránky

- Dobrá lokalita, znalost okolí
- Zkušenosti z oboru
- Malý rodinný podnik, podpora rodiny a přátel
- Flexibilita programu
- Výborní instruktoři
- Přímý dohled

Silnou stránkou je dobrá lokalita v Sokolovně Hostivař, jak již bylo zmíněno pořádá se tam celá řada akcí celoročně. To plánuji využít pro získání zákazníků. Lokalita je také dobře dostupná. Další výhodou jsou zkušenosti, které mám z této práce v různých firmách. Jedna lokalita znamená absolutní kontrolu a soustředěnost. Malý podnik navozuje přátelskou atmosféru a soustředí se na nejbližší okolí.

#### Slabé stránky

- Nová společnost bez historie
- Pouze 1 lokalita
- Pouze 2 termíny inline táborů

Malý podnik může být i nevýhodou, jelikož jedna lokalita není dostupná pro všechny a okruh potencionálních zákazníků je tak užší. Dva termíny inline táborů jsou z důvodu, že z průzkumu zákazníků vyplívá výrazně větší zájem o cyklistické tábory, avšak ne všem zájemcům o inline bruslení mohou zrovna tyto termíny vyhovovat.

#### Příležitosti

- Další lokalita v Praze nebo i jiném městě
- Zimní sporty
- Příměstské tábory s dalším zaměřením
- Kroužky pro děti a dospělé
- Víkendové výlety
- Jarní prázdniny
- Spolupráce se školami v okolí či domem dětí a mládeže, místními kluby a mateřskými centry

Kdyby měly příměstské tábory úspěch, existuje celá řada možností, jak firmu rozšiřovat. Chtěla bych udržet koncept malého rodinného podniku, kam se děti budou rádi vracet, budou znát instruktory i spoluúčastníky již z minulých let. Pro tábory by šlo v případě většího zájmu využít i termínu v prvním, prostředním a posledním prázdninovém týdnu. Další velkou příležitost vidím v pořádání kroužků bruslení a cyklistiky v blízkosti příměstského tábora. Tím by se přispělo k budování značky a udržovali by se zákazníci. Stejně tak lekce ledního bruslení pro děti i dospělé.

#### Hrozby

- Konkurence
- Ekonomická situace, například další růst inflace
- Počasí
- Nedostatek zaměstnanců
- Nezájem o tábory, přechod ke konkurenci
- Negativní zpětná vazba
- Kovid, restrikce

Kovid a protiepidemická opatření byla velkou hrozbou pro celou řadu podniků. V dnešní době si ale myslím, že tato hrozba již není příliš aktuální, ale byla cennou lekcí pro podnikatele. Problém by mohl nastat v ekonomické situaci, v případě dalšího zdražování,

nárůstu inflace či dalších ekonomických výkyvů by si mohlo příměstské tábory dovolit méně lidí. Největší hrozbu ale vidím u konkurence, ta je v Praze velká a často již několik let zaběhlá.

### 6.3.3 Vize a mise a cíle firmy

Vizí firmy je stát se jedničkou na trhu v pořádání letních příměstských inline a cyklistických táborů v Hostivaři.

Cíle, které napomohou k uskutečnění této vize: Pro první rok je cíl naplnit kapacity všech táborů alespoň z poloviny. Dále také vytvořit příjemné podmínky, aby se děti chtěli zúčastnily i další rok. Cílem je poskytnout program, který bude zajímavý pro různé věkové skupiny a získat pozitivní zpětnou vazbu od klientů, alespoň od poloviny.

Misí firmy je podporovat zdravý životní styl u dětí, nadšení pro sport a příjemné prostředí, aby se děti mohly rozvíjet a vybudovat si sebevědomí, nová přátelství a skvělé zážitky.

## 6.4 Propagace

Propagace formou sociálních sítí může být i neplacená. Nabídku příměstských táborů nasdílím do Facebookových skupin obyvatel městské části Praha 15 a 10. Také mezi své přátele, které opět poprosím o následné sdílení. To je cesta, kterou se vydám minimálně první rok, kdy nechci investovat velké peníze do propagace. Hlavní formou propagace budou letáky s nabídkou příměstských táborů, které roznesu do okolních základních a mateřských škol a volnočasových center. Dále doufám v rozšíření mezi skupinami lidí slovem. Mezi maminkami na dětských hřištích, třídními schůzkami a podobně. Věřím, že o dobrý tábor pro děti se rodiče mezi sebou podělí a že je to nejlepší reklama.

## 6.5 Rizika

Pro hodnocení rizik je třeba si určit faktory, které ohrožují podnikání a také zvážit jejich dopady. Faktory jsem vytyčila takto a přidělila jsem jim následující hodnocení:

- Šance vzniku rizika – bodování od 0–5, 0 představuje minimální šanci.

- Míra nebezpečí rizika – bodování od 0–5, 0 představuje minimální šanci.
- Následky a řešení

Tabulka 5 - Rizika

<b>riziko</b>	<b>šance na vznik</b>	<b>nebezpečí</b>	<b>následky</b>	<b>řešení</b>
Nedostatek pracovní síly či nekvalitní instruktoři	2	5	Zrušení tábora, bez instruktorů nelze tábor provozovat.	Včasně hledání instruktorů a jejich následné udržení, oslovení přátel, rodiny.
Malý zájem ze strany zákazníků	3	4	Kdyby byl o tábory malý zájem, muselo by docházet k slučování termínů či zrušení táborů.	Větší investice do propagace, Last minute slevy na doplnění volných míst.
Konkurence	3	4	Přechod zákazníků ke konkurenci je možný vzhledem k velkému výběru v Praze.	Udržení dobré kvality táborů a stálých zákazníků.
Počasí	2	1	Špatné počasí by znamenalo zrušení venkovního programu.	Využití tělocvičny ke sportovnímu programu uvnitř.
Špatná ekonomická situace	2	2	Nedostatek peněžních prostředků	Odložená splatnost táborů či rozložení do více plateb

Zdroj: vlastní zpracování



Z analýzy rizik vyplývá, že největším rizikem je malý zájem ze strany zákazníků a konkurence. Myslím si, že zákazníky si nejlépe udržím, bude-li služba kvalitní. Pokud děti budou chodit domů nadšené, věřím, že přijdou na tábor i další rok nebo i další termín prázdnin. Skvělé tábory dělají hlavně skvělí vedoucí a na tom bych chtěla svůj podnik zakládat. Proto je můj podnik lokální, tvořen převážně mnou, mou rodinou a přáteli. V instruktorech nevidím velké riziko, jelikož mám plnou podporu rodiny, můj bratr stejně jako já vedl cyklistické tábory na Hostivařské přehradě. Vypomoct mi může i otec s matkou, kteří též mají zkušenosti a potřebné vzdělání. Dále mám kontakty na mnoho přátel sportovců, kteří také mají zkušenosti z letních táborů. Po uvážení a vyhodnocení všech rizik jsme usoudila, že rizika nejsou dostatečně vysoká, aby zamezila realizaci podnikatelského plánu a dá se jim předcházet či operativně eliminovat negativní dopady.

## 6.6 Časový plán

Leden 2024

- Založení živnosti a společnosti s ručením omezeným
- Založení firemního účtu
- Webové stránky, sociální sítě
- Dohodnutí pronájmu v sokolovně
- Otevření přihlašování dětí
- Propagace na sociálních sítích
- Poptávka po brigádnících

Únor 2024

- Otevření přihlašování dětí přes webové stránky
- Propagace na sociálních sítích
- Roznos letáčku do škol, lékařských ordinací

Březen 2024

- Propagace v Toulcově dvoře na jarních akcích

Duben 2024

- Propagace v TJ Sokol 14. ročník běhu Jana Kocourka a Čarodějnický rej
- Nákup vybavení

Květen 2024

- 2. kolo roznosu letáčků do mateřských a základních škol v okolí a knihovny a dětských hřišť
- propagace V TJ Sokol Dětské závody na odraždlech, **kolech**, koloběžkách.
- Roznos zbylých letáků přímo do schránek rodinných domků s dětmi v okolí

červen 2024

- last-minute slevová akce na doplnění stavů
- Příprava táborů
- Roznos zbylých letáků přímo do schránek rodinných domků s dětmi v okolí

Červenec a srpen 2024

- 1. tábory

## 7 Závěr

Podnětem pro sepsání bakalářské práce Hobby jako možný způsob podnikání a jeho právní úprava byl můj osobní zájem o oblast volnočasových sportovních aktivit. Z výsledů výzkumu a analýz je patrné, že podnikatelský plán je realizovatelný a má i předpoklady pro potencionální rozšíření. V případě, že by se nepodařilo naplnit zvolenou podnikatelskou strategii již v prvním týdnu příměstského tábora, má projekt šanci na úspěch v ziskovosti v dalších týdnech, které mají již pokryty sezónní a počáteční náklady. Příležitost podnikatelského plánu je především v rozšíření do dalších blízkých lokalit. Či rozšíření náplně táborů o další sporty. V úvahu připadají takové sporty, pro které jsou v lokalitě vhodné podmínky, například multisportovní tábor jako je tomu u konkurence.

Každé podnikání s sebou nese rizika. V tomto podnikatelském plánu nejsou rizika příliš velká, jelikož se jim dá předcházet a dá se s nimi pracovat. Lze snižovat negativní dopad rizik v případě, že by rizika nastala, i přestože pravděpodobnost není příliš vysoká. Podnikatelský plán není příliš finančně náročný, ale na druhou stranu je náročný časově. Podnikání s sebou nese velkou řadu nejistot a bez podpory rodiny a přátel bych o tomto plánu ani neuvažovala. Pro podnikatelský plán je potřeba řádná příprava, aby byl zajištěn hladký průběh celého léta, která probíhá před prvním táborem půl roku. Vzhledem k tomu, že se sporty jsou bohužel spojeny i úrazy, plánuji si ještě v letošním roce udělat kurz první pomoci. V seberozvoji, sebevzděláváním a práci, která je zároveň i koníčkem spatřuji ovšem veliké benefity, které předčí rizika i nejistoty.

Praktický přínos této bakalářské práce vidím nejen v oblasti svého osobního zájmu, ale i jako model pro samostatnou realizaci dalších mladých lidí v České republice, kteří mají také koníčky, které by se dali využít k podnikání. Od „hobby“ k profesi vede dlouhá cesta, která je ale aktivní a užitečná nejen pro jednotlivce ale i společnost.

## 8 Seznam použitých zdrojů

10 důvodů, proč jsou inliny skvělé: Posílí fyzické i psychické zdraví, 2019. *Bauer* [online]. 05.08.2019 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.bauerhockey.cz/10-duvodu-proc-jsou-inliny-skvele-posili-fyzicke-i-psychicke-zdravi>

Češi letos vydávají více peněz za jídlo a domácnost, šetří na dárcích, 2022. *E15* [online]. Praha: Česká tisková kancelář, 10. května 2022 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/finexpert/sporime/cesi-letos-vydavaji-vice-penez-za-jidlo-a-domacnost-setri-na-darcich-1389707>

Hrubý domácí produkt (HDP) - Metodika, 2023. *Český statistický úřad* [online]. Praha: Český statistický úřad, 31.01.2023 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/hruby\\_domaci\\_produkci\\_hdp](https://www.czso.cz/csu/czso/hruby_domaci_produkci_hdp)

Inline tábor: příměstské tábory. *HEPA outdoor fitness: Pro zdravý život váš a vašich dětí* [online]. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://hepaoutfit.cz/primestske-tabory/inline-tabor/>

Jak založit společnost s ručením omezeným a kolik to stojí?, 2020. *E15* [online]. Praha: Veronika Hejná, 19. března 2020 [cit. 2023-03-06]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/finexpert/vydelavame/jak-zalozit-spolecnost-s-rucenim-omezenym-a-kolik-to-stoji-1367417>

Klasik: Co všechno Tě na tábore čeká?. *Sportys: příměstský tábor v pohybu* [online]. [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://sportys-kemp.cz/tabory/klasik>

LETNÍ PT UHRÍNĚVES – MULTISPORT. *DDM Praha 10 - Dům UM* [online]. Praha [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <http://www.dumum.cz/tabory-a-vyjezdy/10281-letni-pt-uhrineves-multisport>

LUSTIGOVÁ, M., 2022. Zdravotní stav české populace – výsledky studie EHES 2019. *Státní zdravotní ústav* [online]. Praha: Státní zdravotní ústav, 28.7.2022 [cit. 2022-10-25]. Dostupné z: <http://www.szu.cz/ehes/ehes2019?highlightWords=obezita>

NADCHNEME VAŠE DĚTI PROGRAMEM SPORTOVNÍCH PŘÍMĚSTSKÝCH TÁBORŮ. *Sportovní kempy* [online]. [cit. 2023-03-06]. Dostupné z: <https://www.sportovnikempy.com/#reference>

Obyvatelstvo v Praze 1919-2021: Další časové řady – obyvatelstvo, 2022. *Český statistický úřad* [online]. Praha: Český statistický úřad, 22.09.2022 [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xa/dalsi\\_casove\\_rady\\_obyvatelstvo](https://www.czso.cz/csu/xa/dalsi_casove_rady_obyvatelstvo)

Pozitivní dopady jízdy na kole na zdraví člověka, 2012. *Městem na kole* [online]. 15.1.2021 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://mestemnakole.cz/2012/09/pozitivni-dopady-jizdy-na-kole-na-zdravi-cloveka/>

Předběžný odhad HDP - 4. čtvrtletí 2022, 2023. *Český statistický úřad* [online]. Praha: Český statistický úřad, 31.1.2023 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cris/predbezny-odhad-hdp-4-ctvrtleti-2022>

Příjmy a životní podmínky pražských domácností 2021, 2022. *Český statistický úřad* [online]. Praha: Český statistický úřad, 1.6.2022 [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xa/prijmy-a-zivotni-podminky-prazskych-domacnosti-2021>

PŘÍMĚSTSKÉ TÁBORY: SPORTOVNÍ PŘÍMĚSTSKÉ TÁBORY S RŮZNÝM ZAMĚŘENÍM. *Inlineskola* [online]. Praha [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://inlineskola.cz/inline-primestsky-tabor-2/#inline>

PŘÍMĚSTSKÝ TÁBOR V PRAZE: TOVÁRNA NA ZÁŽITKY – PŘÍMĚSTSKÉ TÁBORY AIM KEMP. *AIM sport* [online]. [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://aimsport.cz/sportovni-kemp/primestsky-tabor-praha/>

Sportovní kroužky a tábory. *Sport-kids* [online]. [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.sport-kids.cz/sportovni-krouzky-a-tabory/>

Sportovní Netábor Praha 11 Chodov hala Jižní město. *Netabor.cz* [online]. Brno: BFagency [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.netabor.cz/event/sportovni-netabor-praha-11-chodov-hala-jizni-mesto-3/>

SPORTOVNÍ PŘÍMĚSTSKÝ TÁBOR, 2021. *Sportjoy* [online]. SPORTJOY [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.sportjoy.cz/cz/tabory/sportjoy>

SPORTOVNÍ PŘÍMĚSTSKÝ TÁBOR: VRŠOVICE – PRAHA 10. *Pohybová akademie* [online]. [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.pohybova-akademie.com/sportovnitaborvrsovice.html>

V hlavním městě se stále zvyšuje podíl cyklistů v dopravě. Praha plánuje rozšířit klíčové cyklostezky a navazující trasy, 2022. *Praha.eu: portál hlavního města Prahy* [online]. Praha: Magistrát hlavního města Prahy, 10. března 2022 [cit. 2023-03-06]. Dostupné z: [https://www.praha.eu/jnp/cz/doprava/cyklisticka/aktuality/v\\_hlavnim\\_meste\\_se\\_stale\\_zvysuje\\_podil.html](https://www.praha.eu/jnp/cz/doprava/cyklisticka/aktuality/v_hlavnim_meste_se_stale_zvysuje_podil.html)

Základní charakteristiky ekonomického postavení obyvatelstva ve věku 15 a více let, 2022. *Český statistický úřad* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2022 [cit. 2023-02-28].

Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&ds=ds251&pvo=ZAM01-A&skupId=426&katalog=30853&c=v3%7E8\\_\\_RP2021&str=v178](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&ds=ds251&pvo=ZAM01-A&skupId=426&katalog=30853&c=v3%7E8__RP2021&str=v178)

ZŠ MILÍČOV – PRAHA 11. *Sportovní kempy* [online]. Praha [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.sportovnikempy.com/inline-kemp-zs-milicov-praha-11/>

## 9 Literatura

- BLAŽKOVÁ, M., 2007. Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1535-3.
- BUREČOVÁ, J., 2022. *Online marketing: Od webových stránek k sociálním sítím*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-1680-5.
- BUZAN, T., 2011. Myšlenkové mapy v byznysu: revoluce ve vaší práci a podnikání. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3162-6.
- HUČKA, M. a spol., 2021. Základy podnikání a podnikatelský proces. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-3041-2.
- JAKUBÍKOVÁ, D., 2013. Strategický marketing: Strategie a trendy. 2. rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4670-8.
- JANOUGH, V., 2020. *Internetový marketing: Přilákejte návštěvníky a maximalizujte zisk*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-5016-0.
- JUREČKA, V. a spol., 2018. Mikroekonomie. 3., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0146-7.
- KIRZNER, I. M., 1973. Competition and Entrepreneurship. Chicago, IL, US: University of Chicago Press.
- MARTINOVIČOVÁ, D., a spol., 2016. Úvod do podnikové ekonomiky. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-2034-5.
- Praha: Grada Publishing. 2007. ISBN 978-80-247-1535-3.
- RYCHTECKÝ, A. a P. TILINGER, 2017. *Životní styl české mládeže: Pohybová aktivita, standardy a normy, motorické výkonnosti*. Univerzita Karlova: Karolinum. ISBN 978-80-246-3746-4.
- SHANE, S., 2003. A General Theory of Entrepreneurship. Cheltenham, UK: Edward Elgar
- SHELTON, H., 2017. *The Secrets to Writing a Successful Business Plan: A Pro Shares A Step-by-Step Guide to Creating a Plan That Gets Results*. Rockville, Maryland, Spojené státy americké: Summit Valley Press. ISBN 978-0-9899-460-0-1.
- SMEJKAL, V. a K. RAIS, 2010. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 3., rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3051-6.
- SRPOVÁ, J. a spol., 2010. Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-9184-0.

SRPOVÁ, J. a spol., 2011. Podnikatelský plán a strategie. Praha: Grada Publishing. ISBN 778-80-347-4103-1.

SVOBODOVÁ, I., ANDERA M., 2017. Od nápadu k podnikatelskému plánu: Jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0407-9.

ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, A., 2019. Základy úspěšného podnikání: Průvodce začínajícího podnikatele. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-2182-3.

ÚZ 1513 Občanský zákoník: úplné znění, 2023. Ostrava: Sagit. ISBN 978-80-7488-553-2.

ÚZ 1515 Obchodní korporace: úplné znění, 2023. Ostrava: Sagit. ISBN 978-80-7488-555-6.

ÚZ 1522 Živnostenské podnikání, volný pohyb služeb, podpora podnikání: úplné znění, 2023. Ostrava: Sagit. ISBN 978-80-7488-563-1.

VEBER, J., 2012. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4520-6.



## 10 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

### 10.1 Seznam obrázků

Obrázek 1 - Porterův model pěti sil .....	24
Obrázek 2 - Funkce vize a mise .....	26
Obrázek 3 - Lean Canvas .....	27
Obrázek 4 - Logo .....	31
Obrázek 5 - Lokalita .....	33
Obrázek 6 - Vývoj obyvatelstva .....	38
Obrázek 7 - Obyvatelstvo .....	38
Obrázek 8 - Čisté měsíční příjmy na osobu v roce 2020 .....	39
Obrázek 9 - Tržby .....	41
Obrázek 10 - Inflace .....	41
Obrázek 11 - Lena Canvas .....	43
Obrázek 12 - Myšlenková mapa .....	44
Obrázek 13 - Finanční plán .....	52

### 10.2 Seznam tabulek

Tabulka 1 - Harmonogram táborů .....	36
Tabulka 2 – Harmonogram léta .....	37
Tabulka 3 - Průzkum zákazníků .....	45
Tabulka 4 - Analýza konkurence .....	48
Tabulka 5 - Rizika .....	56

### Seznam použitých zkratk

EHES – European Health Examination Survey – Evropské výběrové šetření o zdraví se zdravotním vyšetřením

EHIS – European Health Interview Survey – Evropské výběrové šetření o zdraví

BMI – Body Mass Index – Index tělesné hmotnosti

## **Přílohy**

Odkazovaný seznam příloh

Jak ale

Příloha 1 - Certifikát in-line .....	67
Příloha 2 - Certifikát lyže.....	68
Příloha 3 - certifikát lyžování.....	69
Příloha 4 - certifikát lanová centra .....	70

## HEPA group s.r.o.

se sídlem Ježkova 1054/10, Praha 3, 130 00, IČ: 268 550 71

jakožto instituce akreditovaná Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy  
(Č. j.: 20340/2018 - 1)

k provádění vzdělávacích programů akreditovaných pro účely zákona č.  
563/2004 Sb., o pedagogických pracovnících a o změně některých zákonů

uděluje osvědčení o absolvování

Kurzu in-line bruslení pro  
pedagogické pracovníky

**Veronice Borůvkové**

nar. 16.11.2000 v Praze

Vzdělávací program byl akreditován MŠMT v rámci systému dalšího vzdělávání  
pedagogických pracovníků pod č.j.: MSMT- 14301/2018-1-477

Odůvodnění:

Uchazeč absolvoval teoretickou i praktickou výuku v rozsahu 40 hodin a úspěšně vykonal  
závěrečné zkoušky.

1.7.2018 ve Zlíně



Mgr. Marie Hrabcová  
Předsedkyně zkušební komise



Mgr. Přemysl Novák  
Statutární zástupce vzdělávací instituce

## INSTRUKTOR LYŽOVÁNÍ Ski instructor - Skilehrer - Moniteur de ski

Je držitelem státní licence a je oprávněn vyučovat veřejnost.  
Is a holder of the state licence and is qualified to teach the public.  
Ist der Träger der Staatslizenz und ist berechtigt zur Schulung der  
Öffentlichkeit.  
Est détenteur d'une licence d'Etat qui l'autorise á enseigner au public  
sportif.

Akreditované středisko vzdělávání

**BP SPORT s.r.o. - IČO: 28099591**

Datum vydání

**20.12.2021**

Razítko a podpis:



A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Th H".

Vzdělávací zařízení:  
BP VZDĚLÁVÁNÍ s.r.o.  
Roháče z Dubé 1386/5  
České Budějovice  
IČO: 28148126

Akreditace vzdělávací instituce č.j.: 22711/2020-1

## Osvědčení o absolvování vzdělávacího programu

*v rámci systému DVPP*

Veronika Borůvková

JMÉNO

16. 11. 2000

DATUM NAROZENÍ

*V rámci Studia k prohlubování odborné kvalifikace  
získal osvědčení o odborné způsobilosti pro:*

## Základní kurz školního lyžování

*Vzdělávací program byl akreditován Ministerstvem  
školství, mládeže a tělovýchovy v rámci systému DVPP  
pod č.j.: 1196/2020-4-19*

Dne 20. 12. 2021

Mgr. Lukáš Binter

Mgr. Lukáš Binter  
statutární zástupce  
vzdělávacího zařízení

BP VZDĚLÁVÁNÍ s.r.o.

IČO: 281 48 126

abinter@volny.cz

Tel.: +420 776 175 167

Evidenční číslo licence: ILCS/2020/0004

 Project Outdoor s.r.o.  
Na Střelnici 48, 772 00 Olomouc  
Tel.: 585 235 469, IČO: 267 97 631

# OSVĚDČENÍ

o absolvování kurzu

## Instruktor lanových center se vzájemným jištěním

Jméno a příjmení: Veronika Borůvková Datum narození: 16.11.2000

Úspěšně absolvoval(a) seminář s dotací 51 hodin

Obsah semináře: struktura a metodika vedení programu v lanovém centru, bezpečnost a pohyb ve výškách, možná rizika během programu a jejich řešení, záchrana a rescue protokol, materiály, uzly, historie lanových aktivit, zážitková pedagogika.

Místo konání vzdělávacího semináře: Praha Datum konání vzdělávacího semináře: 21. - 24.5.2020

2 roky od data vydání

 PROJECT OUTDOOR s.r.o.  
Na Střelnici 48, 772 00 Olomouc  
IČ: 267 97 631, Tel: 585 235 469  
WWW.PROJECTOUTDOOR.CZ

Mgr. Eduard Hrabalík  
Statutární zástupce organizace

V Olomouci dne: 1.6.2020