

ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA, O.P.S.

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R088 Podniková ekonomika a management provozu

PODNIKATELSKÝ PLÁN V RÁMCI PROJEKTU FORMULA STUDENT

Kateřina KOLÁŘOVÁ

Vedoucí práce: doc. Ing. Tomáš Krabec, Ph.D., MBA

Tento list vyjměte a nahradte zadáním bakalářské práce

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury pod odborným vedením vedoucího práce.

Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a v práci jsem neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Mladé Boleslavi dne 10.12.2017

Děkuji doc. Ing. Tomáši Krabcovi, Ph.D., MBA. za odborné vedení bakalářské práce, poskytování rad a informačních podkladů.

Obsah

Úvod.....	7
1 Definice účelu vytvoření podnikatelského plánu	8
2 Právně-organizační struktura společnosti a vymezení jejích vlastníků	10
2.1 Právní forma společnosti.....	10
2.2 Organizační struktura společnosti	10
2.3 Představení vlastníků a jejich odpovědných oblastí	10
3 Finanční možnosti a výnosové požadavky vlastníků/investorů.	13
3.1 Finanční možnosti vlastníků	13
3.2 Výnosové požadavky vlastníků a investorů	14
4 Identifikace vhodného business modelu	15
4.1 Analýza trhu	15
4.2 Zákazník 1 – profil, problém a řešení	20
4.3 Zákazník 2 – profil, problém a řešení	23
4.4 Marketingový plán	24
4.5 Výrobní plán	27
5 Finanční a strategická analýza. Rozpočet administrativy, produkce/montáže, marketingový a prodejní rozpočet, plán tržeb.....	30
5.1 Výrobní náklady	30
5.2 Náklady administrativy	32
5.3 Náklady na marketing.....	33
5.4 Výnosový plán.....	33
5.5 Ostatní výnosy	35
5.6 Plán tržeb	36
6 Závěr.....	38
Seznam literatury	40
Seznam obrázků a tabulek.....	41

Seznam použitých zkratk a symbolů

Atd.	A tak dále
BTCC	British Touring Car Championship
CTU	Czech Technical University
ČVUT	České vysoké učení technické
DPH	Daň z přidané hodnoty
DTM	Deutsche Tourenwagen Masters
ETCC	European Touring Car Championship
ISO	International Organisation for Standardization
IT	Informační technologie
Kč	Koruna Česká
Ks	Kus
PROF	Professional
S.r.o.	Společnost s ručením omezeným
TT	Tourist Trophy
V4	Visegrádská čtyřka
VW	Volkswagen
WTCC	World Touring Car Championship

Úvod

Téma této práce nese název „Podnikatelský plán v rámci projektu Formula Student“. Nejprve bych ráda osvětlila, co je podstatou tohoto projektu a proč jsem si toto téma vlastně vybrala.

Formula Student, jak z názvu vyplívá, je studentská edukativní soutěž. Studenti obdrží konstruktérský úkol na sériovou výrobu malých závodních formulí pro víkendového jezdce. Týmy, které zastupují jednotlivé vysoké školy, musí auto sami navrhnut, vyrobit a také postavit. Vždy vyrábí jeden prototyp, se kterým pak na mezinárodních závodech měří síly v dynamických a statických disciplínách.

Dynamické disciplíny mají za úkol prověřit především jízdní vlastnosti a celkovou výdrž vozidla. Pro tuto práci nejsou relevantní, a proto je nebudu dále rozvádět. Komplexnost soutěže pak potvrzují především disciplíny statické, které hodnotí celkovou ekonomičnost, technologie výroby a v neposlední řadě také podnikatelský plán na prodej těchto formulí. A právě tuto disciplínu již čtvrtým rokem společně se spolužáky připravuji. Smyslem disciplíny je přednést desetiminutovou prezentaci podnikatelské myšlenky, a to takovým způsobem, aby porotu (potažmo potenciální investory) dostatečně zaujala a přesvědčila, že právě náš nápad má smysl a je konkurenceschopný.

Pravidla soutěže blíže nespecifikují, jak přesně má business plán vypadat, proto jsem pro tuto práci zvolila odlišnou variantu konceptu produktu. Cílem této bakalářské práce tedy je vytvoření business plánu prodeje profesionálních simulátorů, které budou sloužit jako tréninková pomůcka týmům soutěžících právě v projektu Formula Student a týmům nižších okruhových tříd. Práce slouží jako investiční dokument pro potenciálního investora. Zahnuje veškeré nutné části, jako vysvětlení podnikatelské myšlenky, zhodnocení investice, podrobně vysvětlený business model a detailní finanční analýzu celého projektu.

1 Definice účelu vytvoření podnikatelského plánu

Iniciativa založit podnik CarTech vznikla během studentských let, kdy všichni tři vlastníci byly členy studentského týmu CTU Prague a závodili v projektu Formula Student. Tato soutěž má za úkol vychovat budoucí talenty v oblasti automobilového průmyslu. Studenti musí sami vyvinout a zkonstruovat závodní prototyp typu malé formule, se kterou závodí na mezinárodních závodech po celém světě. Cílem soutěže je prověřit schopnosti studentů postavit konkurenceschopný vůz, se kterým měří síly na závodní trati v několika disciplínách. Jeden z hlavních parametrů, který často rozhodoval o výsledku závodu, byly i samotné řídičské schopnosti pilota. Není potřeba vysvětlovat, jak důležitou roli zde hraje testování v průběhu závodní sezony. Nestačí mít pouze technologicky jedinečné auto, ale pilot musí umět po testování předat zpětnou vazbu mechanikům, aby se zjistila příčina problémů a auto se správně nastavilo. A tady vzniká jeden z největších problémů všech týmů závodících v soutěži. Je jím nedostatek času a financí potřebných k testování. Tyto problémy samozřejmě nemají pouze týmy studentské (amatérské), ale také profesionální. Každý tým stráví přibližně 60–80 % času ze sezony na testování. Jedná se o jednu z nejdražších položek rozpočtu. Musí se sehnat testovací prostor, tým mechaniků, piloti, řidiči doprovodných vozidel atd.

Naše společnost se rozhodla na tento problém reagovat a přichází s myšlenkou profesionálních simulátorů, které by se staly nedílnou součástí každého týmu, který závodí s automobilem, či formulí. Díky moderním technologiím a našim zkušenostem vyrobíme produkt, který dokáže simulovat až 93 % reálného chování automobilu. Nejedná se ovšem jen o simulování jízdy, ale také o zdroj dat. Zákazníci si tak mohou nasimulovat nespočet možných nastavení, ke kterým dospěli při svých výpočtech, a přitom nemusí utrácet peníze za drahé testování.

V současné době existují především simulátory hrací, a tak musí týmy investovat do vývoje takovýchto produktů samy. Naším cílem je vytvářet produkt šitý na míru jak amatérským, tak profesionálním týmům a tím poskytnout možnost dosahování daleko lepších výsledků. Pointa takového simulátoru leží v propojení námi vyvinutého softwaru s komplexním umístěním senzorů a polohovacích zařízení.

Účelem vytvoření tohoto podnikatelského plánu je potřeba získat investici na realizaci naší podnikatelské myšlenky. Společnost CarTech s.r.o. je nově vzniklou firmou a její působení je momentálně ve fázi pouhého vývoje, neboť na rozjezd montáže a distribuce je zapotřebí rozsáhlé investice. Vlastníci společnosti nemají takové kapitálové možnosti, aby byl projekt dál financován pouze jimi samotnými. Požadovaná investice ve výši **6.900.000 Kč** bude použita na vybudování odpovídajícího zázemí a distributorské sítě. Investor po vložení svých prostředků získá jedinečnou příležitost lukrativního zhodnocení investice a také podíl na řízení společnosti.

Struktura tohoto podnikatelského plánu je sestavena tak, aby byl investor schopný snadno zjistit všechny důležité informace. V první části je sepsána organizačně-právní struktura podniku společně s představením všech společníků a oblastí nutných k chodu společnosti. V druhé části jsou podrobně popsány finanční možnosti a výnosové požadavky vlastníků a investora. Třetí část se zabývá zvoleným business modelem, který obsahuje analýzu trhu, identifikaci zákazníka, jeho problémů a našeho řešení, marketingový plán a strategii společnosti. Poslední část ukazuje detailní analýzu celého projektu, plán tržeb a výnosový plán.

2 Právně-organizační struktura společnosti a vymezení jejich vlastníků

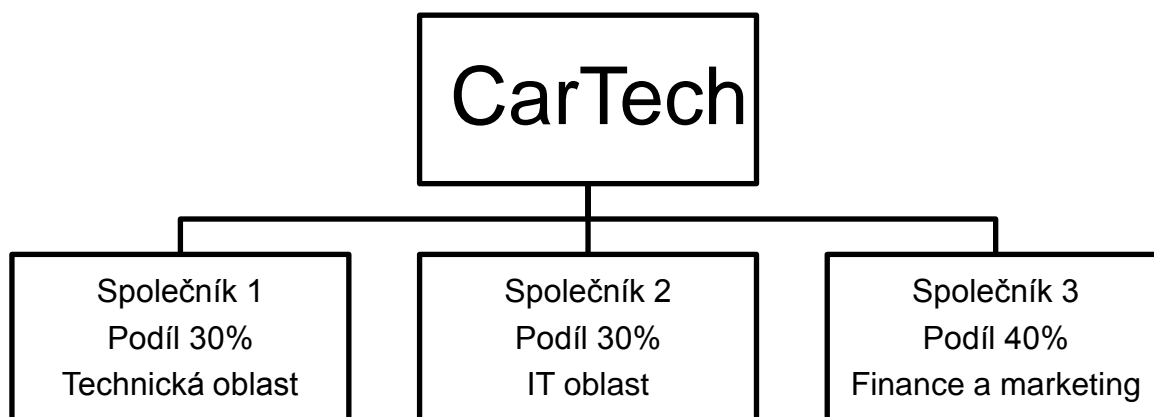
2.1 Právní forma společnosti

Společnost CarTech byla založena v červnu 2017 třemi zakladateli jako společnost s ručeným omezením. Na základě uzavření společenské smlouvy u notáře a složení základního kapitálu společnosti, byl proveden zápis podniku do obchodního rejstříku k 1. 8. 2017. Sídlo společnosti je Praha a výše vloženého kapitálu je 300.000kč, kdy každý ze zakladatelů vložil 100.000kč. Všichni tři vlastníci jsou jednateli společnosti a mají právo jednat samostatně.

Předmětem podnikání společnosti CarTech je výroba, obchod a služby živnostenského zákona, konkrétně výroba a distribuce profesionálních hracích simulátorů.

2.2 Organizační struktura společnosti

Organizační struktura společnosti stojí v současné době na samotných vlastnících. Ti jsou také momentálně jedinými zaměstnanci a jejich pracovní náplň v podniku reflektuje předchozí zkušenosti. Společnost očekává přijetí dalších dvou zaměstnanců do oblastí výroba a finance ve čtvrtém roce od začátku výroby.



Obr. 1 Organizační struktura společnosti CTU CarTech

2.3 Představení vlastníků a jejich odpovědných oblastí

Společník 1 je absolventem ČVUT, fakulty strojní. Během svých školních let získal bohaté zkušenosti v projektu Formula Student, kdy byl zodpovědný za koncept a podvozek vozu. Několik let se také věnoval profesionálním okruhovým závodům

v kategorii cestovních vozů, konkrétně ETCC a DTM, má proto bohaté zkušenosti s chováním a nastavením vozu v profesionálním motorsportu. Má na starost především technickou stránku projektu.

Zodpovědná oblast: technický vývoj a konstrukce

Podstatnou část produktu tvoří technická řešení, jako konstrukce, kokpit, úchyty, vibrační systém, posuvná zařízení, elektrický okruh, senzory, sběrné jednotky či ergonomické prvky. Velká část těchto komponentů se tvoří přímo na přání a potřeby samotných zákazníků. Především kokpit, volant, či ergonomické prvky.

Společník 2 má bohaté zkušenosti s programováním, a to jak během studií na vysoké škole, kde založil několik firem na vývoj aplikací, tak právě z oblasti vývoje softwaru závodních simulátorů, na kterých se plně podílel během práce pro tým Křenek Motorsport. Jeho zodpovědností je momentálně vývoj softwaru a jeho následné využití.

Zodpovědná oblast: vývoj a práce se softwarem

Aby bylo možné kdykoli měnit nastavení simulátoru, je potřeba správného softwaru a propojení se všemi senzory. Pro zákazníka je naprosto nezbytné, aby měl možnost si upravit veškerá možná nastavení. K tomu je zapotřebí jak správné technické řešení produktu, tak především jeho konektivita se zvoleným softwarem. Samotný software musí být uživatelsky příjemný, proto je zapotřebí složitého programování a nastavování, aby byl zákazník schopen získat všechna potřebná data.

Za oblast financí a marketingu je zodpovědný **Společník 3**, který během svých studií sbíral cenné zkušenosti v automobilových společnostech. Několik let působil jako projektový manažer za oblast financí v Porsche INTER AUTO. Jeho odpovědnost ve společnosti je koordinace financí a marketing společnosti.

Zodpovědná oblast: finance a marketing

Oblast financí a marketingu je pravděpodobně nejdůležitější částí společnosti, neboť všichni vlastníci si plně uvědomují podstatu a důležitost marketingu. Bez správné reklamy by společnost nedokázala prorazit.

Všichni tři společníci disponují především praktickými zkušenostmi v oblasti, ve které hodlají podnikat. Znají dobře trh a rozumí potřebám zákazníků. To jim dává velkou konkurenční výhodu, neboť takový produkt jako je závodní simulátor, je jedinečný právě možností personalizace.

3 Finanční možnosti a výnosové požadavky vlastníků/investorů.

3.1 Finanční možnosti vlastníků

Hlavním důvodem našeho podnikatelského plánu je nedostatek vlastních kapitálových prostředků. Již jsme investovali nemalou částku do vývoje softwaru a marketingové analýzy, a proto by další financování bylo neúnosné.

Celková výše nutné investice k dalšímu pokračování naší společnosti je **6.900.000 Kč**. Tato částka vychází z detailního propočtu, který odráží nutné zřizovatelské výdaje. Nultý rok (2018) je rok, ve kterém nebude firma vyrábět, ale pouze budovat adekvátní prostředí pro chod společnosti. Jsou zde nutné výdaje do pronájmu a zařízení sídla společnosti, a to jak administrativní, tak výrobní. Dále jsou zde zahrnuty nutné výdaje na marketing a vývoj prototypu. Ve druhém roce (2019), tedy roce, kdy firma začne vyrábět, jsou nutné výdaje ve smyslu fixních nákladů, a to jako pronájem prostor, automobilu, měsíčních poplatků za služby, mzdové náklady. V tomto roce také začne firma s marketingovou propagací. Vzhledem k tomu, že firma bude muset zaplatit svým dodavatelům za dodaný materiál dříve, než dostane zapláceno za produkt, je zde započítána i poměrná část nákladů na výrobu simulátorů. Jako vlastníci můžeme dle svých možností zafinancovat každý 690.000 Kč, celkově tedy 2.070.000 Kč. Zbývající část, 4.830.000 Kč je nutná ze strany investora. V následující tabulce je zobrazen detailní rozpad investice.

Tab. 1 Využití investice

Kalendářní rok	2017	2017
Rok výroby	rok 0.	rok 1.
Prototyp	2 634 750 Kč	-
Pronájem prostor	-	324 720 Kč
Vybavení kanceláře	175 100 Kč	10 000 Kč
Mzdy	-	1 371 600 Kč
Telefon + internet	-	24 000 Kč
Vybavení dílny	40 000 Kč	5 000 Kč
Auto	-	151 680 Kč
Marketing	60 000 Kč	338 500 Kč
Náklady na produkci	-	1 764 650 Kč
Celkem za rok	2 909 850 Kč	3 990 150 Kč
Celkem		6 900 000 Kč

3.2 Výnosové požadavky vlastníků a investorů

Jak bylo zmíněno v kapitole výše, celková investice činí **6.900.000 Kč**. Použití tohoto kapitálu zajistí firmě dobrý start, a tedy i kvalitní zhodnocení. Při respektování scénáře s optimálním objemem produkce, kapitola 3.3.3 Trh, doby životnosti projektu 10 let a čisté hodnoty celkových příjmů, je naše společnost schopna dosáhnout průměrné roční návratnosti investice ve výši **70 %** (počítá se zde se scénářem optimální varianty, při použití varianty optimistické je návratnost až 90 %). Průměrná doba návratnosti je tedy přibližně 1,4 roky (opět se jedná o optimální variantu, pokud bereme v úvahu variantu optimistickou, návratnost se zkrátí přibližně na 1,1 rok).

Procentní výnos za dobu životnosti projektu je 200 %, což činí průměrné roční zhodnocení 20 %. V penězích to tedy dělá celkově 13.800.000 Kč. Podíl investora na tomto zhodnocení je stanoven v přímé úměře podílu jeho vkladu, tedy 70 %, v penězích to dělá **9.660.000 Kč**.

Tab. 2 Zhodnocení investice celkově

Zhodnocení investice celkově	
Roční zhodnocení 20 %	1 380 000 Kč
Celkové zhodnocení	13 800 000 Kč
Podíl vlastníků 30 %	4 140 000 Kč
Podíl investora 70 %	9 660 000 Kč

Tab. 3 Zhodnocení investice investora

Zhodnocení vkladu investora	
Vklad	4 830 000 Kč
Roční zisk	966 000 Kč
Celkový zisk	9 660 000 Kč
Zisk + počáteční investice	14 490 000 Kč

Naše společnost si plně uvědomuje možná rizika, a proto chce nabídnout investorovi možnost vlastní realizace i na samotném řízení. Nabízíme takto 70 % na řízení, kdy výše podílu opět odráží výši procentuálního vkladu investora.

4 Identifikace vhodného business modelu

4.1 Analýza trhu

Marketingová studie, kterou si naše společnost nechala vypracovat, nám poskytla detailní analýzu trhu, jeho chování a možného vývoje.

4.1.1 Definice trhu

Vzhledem ke konceptu nabízeného produktu je naším trhem oblast automobilového motorsportu, jak amatérská, tak profesionální. Tento trh je globální a dělí se na dílčí podskupiny dle závodního prostředku jako automobil, formule, motocykl a jiné. Tyto podskupiny se dále dělí na vyšší a nižší třídy, která odráží prestiž závodních sérií.

4.1.2 Cílový trh

Cílový trh pro naši společnost je trh závodních okruhových automobilů a menších formulí, konkrétně se jedná o následující závodní šampionáty: Amatérské – soutěž Formula Student (spalovací, elektrické motory), profesionální – nižší závodní série: WTCC, ETCC, BTCC, TT Cup, ESET V4 Cup. (Pouze spalovací motory).

4.1.3 Cílový region

Z geografického hlediska cílíme na dva regiony, evropský a asijský – konkrétně indický region. Poptávka zákazníků je založena především na technických zkušenostech a finančních prostředcích. **Indický region** nyní zažívá ohromný boom v oblasti motorsportu a jeho dalších službách, nicméně automobilový průmysl zde není na tak vysoké úrovni jako například v Evropě, a proto zde máme jedinečnou možnost prorazit s minimální konkurencí. **Evropský region**, jakožto centrum automobilového průmyslu disponuje vysokým počtem potenciálních zákazníků. Rozhodnutí vstoupit na evropský trh bylo logickým krokem vzhledem k sídlu společnosti, a tedy dobrém povědomí o chování trhu a také konkurenci. Dalším kritériem pro vstup na tento trh byla naše marketingová strategie, která se opírá o fakt, že v Evropě se konají jedny z globálně nejnavštěvovanějších šampionátů, jak z amatérské, tak z profesionální oblasti.

4.1.4 Velikost trhu

Co se velikosti obou trhů týče, v **Evropě** se momentálně nachází přibližně 8 firem, které nabízejí totožný produkt s naším simulátorem BASIC a 10 firem, které nabízí totožný produkt se simulátorem PROFESSIONAL. Podle vypracované analýzy trhu je zde potenciál získat 35% podíl s produktem BASIC a lze očekávat růst až na 50% podíl v horizontu osmi let. Druhý produkt PROFESSIONAL má potenciál získat 15% podíl s možným růstem na 26% podíl v horizontu šesti let od nasazení. Na trhu **indickém** momentálně nepůsobí žádná přímá konkurence pro simulátor BASIC, našim cílem je proto dosáhnout 100 % podílu na trhu. Co se druhého produktu týče, nachází se zde pouze 3 konkurenční firmy, velikost našeho podílu by tedy byla přibližně 57 % a při pozitivním vývoji až 75 %. Samozřejmě lze uvažovat, že zákazníci si mohou stejný produkt koupit i v zahraničí. U evropské klientely se jedná přibližně o 15 % z celkového objemu prodeje. Nakupují pak ze zemí jako Japonsko, či Amerika. U asijské klientely je toto procento vyšší, přibližně 80 % a dle zdrojů jsou to především nákupy z Ameriky.

4.1.5 Focus groups

Díky našim kontaktům z dob působení v soutěži Formula Student a profesionálních šampionátů, jsme byli schopni sestavit pro oba naše produkty „focus groups“, velikost skupiny pro každý produkt tvořilo 10 týmů. Oběma skupinám byl náš produkt představen a vysvětlen smysl jeho využití. A právě díky této zkušenosti se na nás již obrátilo 8 týmů, které by měly zájem o produkt BASIC a 6 týmů, které nadchl druhý produkt PROFESSIONAL. I díky této prvotní zpětné vazbě můžeme tvrdit, že náš produkt opravdu najde své zákazníky a bude mít velký potenciál do budoucna.

4.1.6 Vývoj trhu

Na základě analýzy trhu, výsledků vlastního testování a zkušeností, jsme sestavili tři varianty možného objemu produkce, tedy varianty finančního výsledku. Tou první je **optimální varianta**, která vychází ze ziskově optimálního objemu produkce s ohledem na analýzu trhu a možná rizika. Druhou je **varianta pozitivní**, která odráží možný pozitivní vývoj na trhu. Třetím scénářem je **pesimistická varianta**, ta byla sestavena pouze na základě předjednaných zakázek a možného kritického

scénáře vývoje trhu. V následujících tabulkách jsou zobrazeny všechny tři možné varianty s poměrným rozdělením prodeje našich produktů na obou trzích.

Tab. 4 Vývoj trhu – optimální varianta

Optimální varianta												
Kalendářní rok		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby		0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Prodeje celkem	BASIC	0	22	26	26	33	33	35	35	35	38	38
	PROFESSIONAL	0	0	0	24	35	37	45	45	45	46	48
	Celkem	0	22	26	50	68	70	80	80	80	84	86
Prodeje regiony	BASIC Evropa	0	7	8	8	10	10	11	11	11	11	11
	BASIC Asie	0	15	18	18	23	23	25	25	25	27	27
	PROFESSIONAL Evropa	0	0	0	7	11	11	14	14	14	14	14
	PROFESSIONAL Asie	0	0	0	17	25	26	32	32	32	32	34
Podíl na trhu %	BASIC Evropa	0	35	39	39	45	45	47	47	47	49	49
	BASIC Asie	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	PROFESSIONAL Evropa	0	0	0	15	21	22	25	25	25	26	26
	PROFESSIONAL Asie	0	0	0	58	67	68	72	72	72	73	74

Tab. 5 Vývoj trhu – optimistická varianta

Optimistická varianta												
Kalendářní rok		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby		0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Prodeje celkem	BASIC	0	36	36	54	54	54	54	54	54	54	54
	PROFESSIONAL	0	0	0	25	38	38	38	38	38	38	38
	Celkem	0	36	36	79	92	92	91	92	91	91	92
Prodeje regiony	BASIC Evropa	0	11	11	16	16	16	16	16	16	16	16
	BASIC Asie	0	25	25	38	38	38	38	38	38	38	38
	PROFESSIONAL Evropa	0	0	0	8	11	11	11	11	11	11	11
	PROFESSIONAL Asie	0	0	0	18	26	26	26	26	26	26	26
Podíl na trhu %	BASIC Evropa	0	47	47	57	57	57	57	57	57	57	57
	BASIC Asie	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	PROFESSIONAL Evropa	0	0	0	16	22	22	22	22	22	22	22
	PROFESSIONAL Asie	0	0	0	59	69	69	69	69	69	69	69

Tab. 6 Vývoj trhu – pesimistická varianta

Pesimistická varianta												
Kalendářní rok		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby		0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Prodeje celkem	BASIC	0	8	10	15	20	21	21	25	28	28	30
	PROFESSIONAL	0	0	6	10	10	11	12	12	14	14	15
	Celkem	0	8	16	25	30	32	33	37	42	42	45
Prodeje regiony	BASIC Evropa	0	2	3	5	6	6	6	8	8	8	9
	BASIC Asie	0	6	7	11	14	15	15	18	20	20	21
	PROFESSIONAL Evropa	0	0	2	3	3	3	4	4	4	4	5
	PROFESSIONAL Asie	0	0	4	7	7	8	8	8	10	10	11
Podíl na trhu %	BASIC Evropa	0	17	20	27	33	34	34	38	41	41	43
	BASIC Asie	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	PROFESSIONAL Evropa	0	0	4	7	7	8	8	8	10	10	10
	PROFESSIONAL Asie	0	0	26	37	37	39	41	41	45	45	47

Ve všech třech variantách se počítá s prodejem obou produktů v poměru 30 % prodeje v evropském regionu a 70 % procent prodeje v regionu asijském. Tento poměr byl zvolen na základě marketingové strategie společnosti, která je popsána v kapitole 4.1.8.

4.1.7 Analýza konkurence

Dle marketingové analýzy trhu a konkurence jsme sestavili tabulku přímé konkurence pro oba modely na jednotlivých trzích. Oba naše produkty byly srovnány na základě předem stanovených parametrů. Srovnávalo se následující: typ vibračního a posuvného systému, použitý softwaru, celková flexibilita směrem k zákazníkům, cena, ostatní služby.

Většina zmíněných společností se zabývá výrobou simulátorů na profesionální úrovni, spolupracují s předními motorsport týmy. Firma si nechala zpracovat marketingovou analýzu, která podrobně mapuje konkurenci jak na evropském, tak na asijském trhu. V Evropě momentálně existuje kolem 70 společností, které se zabývají výrobou a následnou distribucí profesionálních simulátorů. Z toho se přibližně 70 % věnuje pouze prodeji jinému zákaznickému segmentu. Tím jsou zábavní parky, nákupní centra či jednorázové účasti na akcích. Zbývajících 30 % se soustředí čistě na spolupráci se závodními týmy.

Tab. 7 Konkurence BASIC – Evropa

Evropský trh – konkurenti k modelu BASIC	
Země	Jméno firmy
Irsko	Eleetus
Německo	Fanatec
Německo	Actoracer
Německo	Nextlevelracing
Německo	X6-simulator
Nizozemí	Bernax Race Simulators
Švýcarsko	RaceRoom Entertainment
Velká Británie	Motion Simulation

Tab. 8 Konkurence PROFESSIONAL – Evropa

Evropský trh – konkurenti k modelu PROFESSIONAL	
Země	Jméno firmy
Česká Republika	Motorsport Simulator
Česká Republika	Profisim
Francie	RSeat Simracing Cockpit Europe
Irsko	Eleetus
Německo	Actoracer
Německo	Nextlevelracing
Nizozemí	Cruden
Švýcarsko	RaceRoom Entertainment
Velká Británie	Vesaro
Velká Británie	Motion Simulation Ltd

Tab. 9 Konkurence PROFESSIONAL – Indie

Asijský trh – konkurenti k modelu PROFESSIONAL	
Země	Jméno firmy
Čína	Cruden China
Arabské Emiráty	Futech LLC
Japonsko	T3rs

4.1.8 Cílová skupina podle zvoleného regionu

Dle nabízeného produktu bude naše společnost cílit na dvě základní cílové skupiny. Tou první jsou zákazníci na **evropském trhu**. Celková charakteristika této skupiny je velice dobrá technická znalost, nadprůměrný kapitál a dobré zázemí. Nelze pominout, že Evropa je místem s nejvyspělejším motorsportem na světě, proto zde panuje vysoký trend technického vývoje. Zákazníci na **indickém trhu** během posledních let nabyli dostatečných finančních prostředků pro provoz závodních aktivit, chtějí se „vyrovnat“ zemím, potažmo lídrům automobilového průmyslu, proto navštěvují právě evropské šampionáty. Tyto cestovní náklady hrají obrovskou roli v rozpočtu, a proto často nemají další finanční prostředky na testování, což snižuje jejich šance na dobré umístění. Tento segment má pro nás proto vysokou prioritu, hlavně z hlediska předpovědi dobrého budoucího vývoje.

4.2 Zákazník 1 – profil, problém a řešení

4.2.1 Profil zákazníka

Soutěžící tým v projektu Formula Student. Má přímé zkušenosti s řízením závodních vozů typu malé formule. Je schopný simulátor nastavit jak po konstrukční, tak po softwarové stránce. Dokáže pracovat v základních programech na simulaci a orientuje se v dané problematice.

4.2.2 Problém a řešení

Na úvod je potřeba vysvětlit, jak je projekt Formula Student financován. Rozpočet týmu závisí ze 100 % na sponzorských darech. Tyto dary přichází z univerzit působících týmů nebo od partnerských firem. Tým je tak odkázán na to, kolik dostane na každou sezonu. Vzhledem k faktu, že většina peněz se použije na vývoj a výrobu samotného prototypu a také na pokrytí nákladů, spojených s účastí na FS závodech, týmům tak často nezbyvá mnoho volných finančních prostředků na zmiňované testování.

Prvním a nejzásadnějším problémem zůstává nedostatek času. Týmy musí věnovat téměř veškerý čas na vývoj a výrobu vozu, vzhledem k jejich studijním povinnostem tak vždy čelí vysokému tlaku na dokončení formule a nedostatku času na testování, které je ovšem nejzásadnějším aspektem k potvrzení jejich schopností vytvořit konkurenceschopné vozidlo. Velice často také dochází ke kolizím časových možností samotných řidičů. Pravidla soutěže předepisují mít nejméně čtyři piloty. Nemožnost řidičů s vozem adekvátně testovat způsobuje velké problémy na závodech.

Druhým problémem jsou zmiňované finanční prostředky. Pokud uvažujeme, že zákazník má dostatek času, tak nastává problém peněz. K testování je potřeba prostor a celý tým lidí. Testovací prostor se často nachází ve velké dojezdové vzdálenosti od místa, kde zákazník sídlí. Často je problémem sehnat vůbec vozidlo, kterým dopraví tým mechaniků a řidičů na testovací okruh. A poslední vysokou položkou v rozpočtu bývá pronájem těchto testovacích prostor. Okruhy jsou ve většině případů v majetku firem, které z pronájmů chtějí mít samozřejmě zisk.

Třetím problémem je nemožnost získat potřebná data, která by ukázala, jak odpovídá nastavení auta pro danou trať. Tato data jsou sbírána na základě použitých senzorů a sběrných jednotek. Problém ovšem je, že často tento sběr selže a tým tak nemá adekvátní zpětnou vazbu. Tu lze také získat od samotných pilotů. Ale zde hraje velkou roli zkušenost.

Posledním problémem a mnohdy tím fatálním je, že při testování či samotných závodech dojde k nehodě a vůz je částečně nebo zcela poškozen. Často jsou tyto nehody způsobeny špatným nastavením, proto i tento problém lze téměř eliminovat využitím simulačního trenážeru.

Všechny uvedené problémy jsou natolik zásadní, že často hrají velkou roli pro samotné fungování týmů a tím dochází ke ztrátě účinkujících v soutěži, což se přímou úměrou rovná ztrátě budoucích talentů v automobilovém průmyslu. Pokud bude tým schopen testovat v místě kde působí, získá tak časovou flexibilitu pro všechny piloty a ušetří značnou položku v jejich rozpočtu. Vzhledem k použití a speciálnímu vývoji používaného softwaru tým získá potřebná data a jednoduše si může simulátor přenastavit, aby si ověřil jiná nastavení. Na závody tak bude jezdit pouze potvrzovat předem nasimulovaná nastavení. V následující tabulce jsou vypsány hlavní přínosy našeho produktu.

Tab. 10 Očekávání x řešení BASIC

Očekávání zákazníka na produkt BASIC	Naše řešení
Jednoduché ovládání simulátoru	Ovládání simulátoru probíhá ve dvou úrovních, tou první je ovládání mechanické (posuvná zařízení, kolejnice, úchytný systém). Toto nastavení je jedno z nejjednodušších, které momentálně existuje. Díky použitým materiálům a celkovému výrobního konceptu může v podstatě kdokoli bez asistence simulátor přenastavit.

	Druhou úrovní ovládání je nastavení softwaru a díky tomu správné chování simulátoru. Zde je nutná znalost používaného softwaru a hodnot, které se do programu zadávají. Je ale potřeba zmínit, že uživatelé běžně používají programy pro simulace svých výpočtů a toto prostředí je jim více než známé.
Možnost manuálního nastavení simulátoru – vzhledem k většímu počtu pilotů	Díky konstrukci je možné kdykoli přenastavit všechny pohybové části. Simulátor disponuje pamětí jezdců, uživatel se tak vyvaruje špatného nastavení pro konkrétního jezdce.
Možnost softwarového nastavení – důvodem je široké rozpětí disciplín, při kterých se hodnotí akcelerační schopnosti vozu, nastavení náprav, podvozku a tlumičů, ovládání řízení a sekvenční řazení	Hlavní know-how celého projektu je náš vyvinutý software. Díky dobrému povědomí o tom, co přesně tým potřebuje ze simulace zjistit, jsme byli schopni vyvinout velice komplexní nástroj. Software disponuje širokým spektrem možných nastavení, které se dají přizpůsobit dle potřeb samotného uživatele.
Snadná manipulace	Díky šikovnému řešení sestavení simulátoru si ho bude zákazník moci sám vlastnoručně postavit i nastavit. Ušetří se tak značné náklady na dovoz a zaškolení.

Počáteční investice je sice vysoká, ale vzhledem k tomu, že simulátor bude využíván studenty, dá se uvažovat o finančním pokrytí těchto nákladů ze strany domovských univerzit. Již v minulosti několik vysokých škol takto zafinancovalo obdobné projekty, které byly velkým přínosem pro samotné týmy. Dle marketingové studie, kterou si naše společnost nechala vypracovat a dle zkušeností, se náklady

na testování pohybují v rozmezí od 100.000 – 250.000. Kč Při ceně 422 300 Kč s DPH je návratnost pro tým/univerzitu v rozmezí mezi dvěma až třemi lety.

4.3 Zákazník 2 – profil, problém a řešení

4.3.1 Profil zákazníka

Druhým zákazníkem je pilot profesionálního týmu, závodící na okruhových závodech. Opět perfektně rozumí technické stránce vozu, se kterým také profesionálně závodí. Má proto daleko rozsáhlejší znalosti o voze jako takovém, neboť disponuje rozsáhlým týmem techniků a servisní podpory. Dokáže proto podat detailní zpětnou vazbu mechanikům, o chování a možném nastavení vozu.

4.3.2 Problém a řešení

Druhý zákazník je profesionální tým závodící na okruhových soutěžích WTCC, ETCC, BTCC, TT Cup, ESET V4 Cup. Problémem tohoto zákazníka jsou především finanční prostředky. Profesionální týmy nemusí řešit otázku času, neboť se tomuto sportu věnují full-time. Tým ovšem získává finanční prostředky od sponzorů a ty nejsou neomezené. Jako u prvního zákazníka, většina financí jde na vývoj a konstrukci závodního auta a na režii závodní sezony.

Stejně jako u zákazníka 1, i zde existuje poměrně zásadní problém, a to poškození auta z důvodu špatného nastavení. V profesionálním motorsportu se bude jednat o ztráty v desítkách milionů korun, kterým by se dalo předejít předchozí simulací.

Profesionální týmy mají ve většině případů velmi propracovaný software pro simulaci svých nastavení, proto jejich požadavek na simulátor není v tomto směru nejpodstatnější, ale naopak budou očekávat co možná nejlepší simulaci reálného chování vozidla při změně technických a povětrnostních podmínek. V následující tabulce jsou vypsány hlavní přínosy našeho produktu.

Tab. 11 Požadavky x řešení PROFESSIONAL

Požadavky zákazníka na produkt BASIC	Naše řešení
Vysoká životnost – vzhledem k velmi častému používání (piloti testují celý rok, několikrát denně)	Konstrukce našeho druhého modelu je navržena z pevnějších materiálů, celý posuvný a vibrační systém je vyroben s důrazem na vysokovanou exponovanost.
Možnost nastavení simulátoru – v důsledku měnících se pilotů	Stejně jako náš předchozí model, i tento disponuje velice jednoduchým nastavením a pamětí jezdců.
Snadná manipulace	Díky šikovnému řešení sestavení simulátoru si ho bude zákazník moci sám vlastnoručně postavit i nastavit. Ušetří se tak značné náklady na dovoz a zaškolení.

Náklady na pořízení simulátoru nejsou tak enormní, jako u prvního zákazníka a návratnost se tak rapidně snižuje, je to rozmezí mezi 1-3. rokem.

4.4 Marketingový plán

4.4.1 Popis produktu BASIC

Jako první produkt bude společnost nabízet simulátor s názvem BASIC. Bude se jednat o trenažér určený výhradně univerzitám, tedy týmům závodících v soutěži Formula Student.

Simulátor bude vytvořen v úzké spolupráci se studenty, aby došlo ke správnému pochopení jejich potřeb. Simulátor bude také obsahovat komponenty, které se nachází v jejich závodním voze, což zvýší procento reálnosti. Těmito komponenty bude kokpit a volant. Trenažér bude vybaven softwarem, který si společnost vyvíjí sama a který bude mít možnosti širokého nastavování dle vypočítaných dat zákazníků. Simulátor má jednoduché ovládaní, dá se snadno přestavit dle fyzických parametrů pilotů (délka pedálů, pásů, pozice volantu, řadících komponentů).

Samotný software je z hlediska konektivity velmi přátelský. Instalace je možná až na 3 zařízení a jeho ovládání je velmi intuitivní. Nespornou výhodou je, že pokud studenti nastaví vůz špatně, software je na to upozorní. Pokud budou i nadále pokračovat se špatným nastavením, poznají to dle zpětných dat, které se posílají live do jejich počítačů.

Technický servis simulátoru je v zásadě nulový. Jedinou údržbou je systém posuvného zařízení a vibrační systém. Výměna tohoto systému záleží na exponovanosti zařízení, ale zpravidla se počítá s šestým rokem používání. Díky jednoduchému řešení zařízení stačí, aby si zákazník koupil posuvný systém nový a sám si ho vyměnil. Ihned po nákupu získají zákazníci nepřetržitou online podporu. Ta bude spočívat v konzultacích a možných řešeních problémů či nejasností. Vzhledem k tomu, že jsme schopni se k simulátoru připojit vzdáleně, odpadají tak vysoké náklady na dopravu při řešení těchto problémů.

4.4.2 Popis produktu – PROFESSIONAL

Druhý produkt PROFESSIONAL je určený pro profesionální týmy, závodící v soutěžích jako WTCC, ETCC, BTCC, TT Cup či ESET V4 Cup. Má téměř identický popis, bude se ovšem lišit v použití několika komponentů, a to v použití konstrukce, vibračního systému a posuvného systému. Vzhledem k tomu, že tento typ simulátoru bude daleko více exponován, je potřeba, aby i použité komponenty odpovídaly tomuto zatížení. Konstrukce tak bude vyrobena z odolnějšího materiálu, který snese daleko větší zatížení, to samé bude platit o posuvném zařízení a vibračním systému. Naopak použitý software nebude muset být natolik složitý, neboť zákazník již používá řadu jiných simulačních programů.

Servis tohoto typu je stanoven jednou za tři roky. Jedná se opět o kontrolu všech částí a nutné výměně exponovaných komponent, jako jsou především vibrační a posuvná zařízení. Cena tohoto servisu se opět odvíjí od místa dodání a počtu vyměněných komponentů.

Stejně jako předchozí model, i zde je servis velice jednoduchý. Dle očekávané vytiženosti posuvného a vibračního systému se očekává výměna ve třetím roce používání. Princip výměny zůstává stejný, jako u prvního modelu. I zde platí nepřetržitá online podpora.

4.4.3 Propagace

Marketingová strategie jak společnosti, tak především nabízených produktů je postavena na co nejnižších nákladech, ale vysoké efektivitě. Za vším stojí fakt, že naši potenciální zákazníci nemají moc času věnovat se reklamě a chtějí si produkt především vyzkoušet, s tímto máme všichni tři vlastníci nemalé zkušenosti. Objížďet jednotlivé zákazníky by bylo finančně likvidační, proto jsme zvolili strategii propagace přímo během evropských šampionátů. Ty jsou skvělým místem pro představení produktu a tím oslovení nové klientely. Vytipovali jsme si několik nejvíce navštěvovaných závodů v Evropě, kde každý tým vždy kontaktujeme před samotným závodem s nabídkou nezávazné konzultace a domluvíme si osobní schůzku během závodů. Týmy tak mají možnost si simulátor vyzkoušet a získat tak veškeré potřebné informace. Kromě těchto aktivit plánujeme pravidelnou návštěvu na motoristických veletrzích, které jsou vždy hojně navštěvovány.

Náklady na oslovení naší cílové skupiny jsou celkově **338.500 Kč** za rok a jsou v nich především zahrnuty náklady na prezentaci společnosti na zmíněných motoristických událostech. Kromě prezentace na jednotlivých závodech, se bude společnost prezentovat tištěnou a online formou.

4.4.4 Distribuce

Distribuce našich produktů je řešena zásilkovou službou. Produkt bude zákazníkovi dopraven rozložený s přesným postupem k jeho sestavení. Součástí balení je také elektronický manuál k nastavení a používání produktu. Tímto krokem jsme eliminovali vysoké výdaje na osobní dovoz a zaškolení. Zákazníci mají přístup k nepřetržité online podpoře stejně jako možnosti vzdáleného přístupu. Můžeme tak snadno a rychle vyřešit jakýkoliv problém, ať už manuálního, tak softwarového rázu.

4.4.5 Cenová politika

Cena modelů byla sestavena na základě několika faktorů, a to konkurence, nabídky dodavatelů, vlastního vývoje a naší cenové strategie. Marže je u obou modelů 35 % z ceny simulátoru bez DPH. Ceny jsou uvedeny v nominálních hodnotách, proto lze uvažovat jejich mírné zvýšení na základě inflace. To samé bude platit u nákladů.

4.4.6 Strategie a budoucnost

Strategie společnosti stojí na dvou pilířích: osobním přístupem a variabilitou. Osobní přístup začíná ihned při prvotní komunikaci se zákazníkem. Od samotného začátku se snažíme vybudovat pevný vztah mezi zákazníkem a naší společností, který je podporován osobní návštěvou, komunikací při vzniku samotného produktu, či poprodejní podporou a servisem. Stejně jako první pilíř, i ten druhý – variabilita, je zásadní pro strategii společnosti. Pod variabilitou si můžete představit možnost personalizace produktu, služeb či způsobů dodání. Naším zákazníkům chceme především ušetřit čas a přinést další možnosti. Firma má za cíl vybudovat konkurenceschopnou a prosperující společnost. V oblasti produktů chce rozšiřovat své portfolio o další modely a služby. V budoucnu se chceme zaměřit na možnosti využití virtuální reality a dosáhnout tak ještě vyššího procenta reálnosti našich simulátorů.

4.5 Výrobní plán

Na základě objemů výroby, kterých plánuje firma po dobu několika let dosahovat, počítá pouze s pouhou montáží dílů. Všechny potřebné komponenty budou dodány od dodavatelů. Tento model výroby – tzv. outsourcing je efektivní ve více směrech. Firma nemusí investovat do výrobních prostor, technologií, materiálů, či lidských zdrojů. Další nespornou výhodou je, že díly budou dodány částečně složené, což markantně sníží čas výroby každého produktu. Předvybraní dodavatelé nabízejí adekvátní kvalitu k nabízené ceně, a především časovou flexibilitu při výrobě. Společnost tak získá potřebný čas na vývoj softwaru, který je nutný upravit a nastavit dle přání zákazníka. Dále je nutná kontrola všech dílů a pohybových senzorů. Samotná montáž dodávaných komponent bude probíhat v prostorách společnosti CarTech, odkud bude simulátor dopraven cílovému zákazníkovi.

4.5.1 Výrobní kapacita

Pro získání výrobní kapacity simulátorů bylo podstatné určit počet hodin, potažmo dnů na výrobu jednoho kusu. Počet dnů je uveden pro jednotlivé modely v tabulce. Firma počítá začít s prodejem nejprve prvního modelu tzv. BASIC a ve třetím roce plánuje rozšířit produkci a prodej o další model PROFESSIONAL. Výroba prvního modelu je stanovena na 7 pracovních dní. Druhý model je o něco složitější, a proto výroba bude 10 dní. U obou modelů byl započítán i čas, který je nutný k výrobě dílů

u dodavatelů. Z hlediska lidských zdrojů se počítá s využitím nejprve všech třech vlastníků, kteří jsou také zaměstnanci společnosti. Ve třetím roce dojde navýšení počtu zaměstnanců o jednoho v oblasti výroby a jednoho v oblasti IT.

Pro tento dokument jsme uvažovali se třemi variantami výrobní kapacity. **Optimistická, optimální a pesimistická.** Pozitivní varianta vychází z propočtů, kdy budeme schopni vyrábět a dodávat při 100 % vytížení produkce. Optimální varianta vychází z marketingové analýzy trhu a jeho možného vývoje. Počítá se zde s rostoucí produkcí, která bude začínat na 62 % vytíženosti produkce. Dle růstu trhu počítáme se zvýšením až na 94 % v horizontu 10 let. Pesimistická varianta počítá s produkcí, která nepřekročí 50 % maximálního objemu produkce a je postavena na základě negativního vývoje trhu a poptávky.

Tab. 12 Počet dnů na výrobu simulátorů a prototypu

Typ simulátoru	Počet dnů na výrobu 1 ks
Prototyp	120
BASIC	7
PROFESSIONAL	10

Tab. 13 Výrobní kapacita – optimální varianta

Optimální varianta											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Počet vyrobených BASIC	0	22	26	26	33	33	35	35	35	38	38
Počet vyrobených PROFESSIONAL	0			24	35	37	45	45	45	46	48
Celkový počet vyrobených simulátorů	0	22	26	50	68	70	80	80	80	84	86
Výrobní kapacita %		62 %	73 %	63 %	74 %	76 %	88 %	87 %	87 %	92 %	94 %

Tab. 14 Výrobní kapacita – optimistická varianta

Optimistická varianta											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Počet vyrobených BASIC	0	36	36	54	54	54	54	54	54	54	54
Počet vyrobených PROFESSIONAL	0			25	38	38	38	38	38	38	38
Celkový počet vyrobených simulátorů	0	36	36	79	92	92	91	92	91	91	92
Výrobní kapacita %		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tab. 15 Výrobní kapacita – pesimistická varianta

Pesimistická varianta											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Počet vyrobených BASIC	0	8	10	15	20	21	21	25	28	28	30
Počet vyrobených PROFESSIONAL	0		6	10	10	11	12	12	14	14	15
Celkový počet vyrobených simulátorů	0	8	16	25	30	32	33	37	42	42	45
Výrobní kapacita %		22 %	45 %	32 %	33 %	35 %	36 %	40 %	46 %	46 %	49 %

4.5.2 Dodavatelské sítě

Jak bylo zmíněno výše, společnost využívá na výrobu produktů čistě outsourcing od svých dodavatelů. Ti byli předvybráni a již proběhla i jednání o možné spolupráci. Hlavní prioritou při tom bylo, aby dodavatelé byli schopni dodat zboží v čas a v odpovídající kvalitě.

4.5.3 Řízení kvality

Aby byla zaručena nejvyšší možná kvalita, všechny komponenty budou procházet kontrolou kvality jak u dodavatelů, tak přímo ve společnosti. K výrobě budou použity pouze díly s patřičnou homologací. Samotní dodavatelé musí také splňovat předepsanou normu ISO. Kontrola před odesláním zákazníkovi bude probíhat zevrubně. Bude se kontrolovat kvalita všech komponent, úchytů, vibračních zařízení, odolnost celkové konstrukce, kokpitu a pedálů. Dále bude kontrolou procházet veškerá elektronika a software.

4.5.4 záruka

Společnost CarTech garantuje standardní záruku 2 roky na prodaný produkt. Tato záruka pokrývá veškeré mechanické vady, které nebyly způsobeny samotným zákazníkem. Přenastavení softwaru bude monitorováno online přes vzdálený přístup. Eliminují se tak náklady a usnadní to oboustrannou komunikaci v případě problému.

5 Finanční a strategická analýza. Rozpočet administrativy, produkce/montáže, marketingový a prodejní rozpočet, plán tržeb

V následujících tabulkách můžete vidět detailní analýzu všech položek představující rozpočet podniku. V rozpočtu se počítá jak s počátečními náklady na zřízení sídla firmy, tak fixními režijními náklady.

5.1 Výrobní náklady

5.1.1 Výrobní náklady prototypu BASIC

Náklady nutné k výrobě prototypu jsou sníženy o již investovanou částku ze strany stávajících vlastníků. Zbývajících **2 634 750 Kč** bude nutné vynaložit na dokončení.

Tab. 16 Vývojové náklady prototypu BASIC

Prototyp BASIC		
Celkem	100 %	3 513 000 Kč
Volant	5 %	175 650 Kč
Pedály	3 %	105 390 Kč
Obrazovky	2 %	70 260 Kč
PC	2 %	70 260 Kč
Kokpit	15 %	526 950 Kč
Konstrukce	21 %	737 730 Kč
Ovládací prvky	10 %	351 300 Kč
Vibrační systém	15 %	526 950 Kč
Licence	3 %	105 390 Kč
Software	20 %	702 600 Kč
Další	4 %	140 520 Kč
Investováno ze strany vlastníků	25 %	878 250 Kč
Zbývá na dokončení	75 %	2 634 750 Kč

Jednicové náklady modelu BASIC

Následující tabulka podává detailní obraz o rozpadu ceny a výrobních nákladů prvního modelu BASIC. Výrobní náklady byly stanoveny po odečtení marže ve výši 35 % od prodejní ceny. Cena tohoto produktu byla stanovena na základě analýzy konkurence, trhu, vlastních nákladů na vývoj softwaru a nabídek dodavatelů.

Tab. 17 Jednicové náklady simulátoru BASIC

Simulátor BASIC				
	%	Prodejní cena s DPH (21%)	Prodejní cena bez DPH	Výrobní náklady
Celkem	100 %	422 300 Kč	333 617 Kč	216 851 Kč
Volant	10 %	42 230 Kč	33 362 Kč	21 685 Kč
Pedály	5 %	21 115 Kč	16 681 Kč	10 843 Kč
Obrazovky	10 %	42 230 Kč	33 362 Kč	21 685 Kč
PC	10 %	42 230 Kč	33 362 Kč	21 685 Kč
Kokpit	11 %	46 453 Kč	36 698 Kč	23 854 Kč
Konstrukce	14 %	59 122 Kč	46 706 Kč	30 359 Kč
Ovládací prvky	6 %	25 338 Kč	20 017 Kč	13 011 Kč
Vibrační systém	8 %	33 784 Kč	26 689 Kč	17 348 Kč
Licence	6 %	25 338 Kč	20 017 Kč	13 011 Kč
Software	14 %	59 122 Kč	46 706 Kč	30 359 Kč
Další	6 %	25 338 Kč	20 017 Kč	13 011 Kč

5.1.2 Výrobní náklady prototypu PROFESSIONAL

Prototyp k modelu PROFESSIONAL se začne vyrábět ve druhém roce působení společnosti. Náklady na jeho vývoj budou snižené o část nákladů investovaných do modelu BASIC. Dojde pouze k vylepšení jistých komponent a k vývoji potřebného softwaru.

Tab. 18 Jednicové náklady simulátoru PROFESSIONAL

Prototyp PROFESSIONAL		
Celkem	100 %	560 000 Kč
Volant	5 %	28 000 Kč
Pedály	3 %	16 800 Kč
Obrazovky	2 %	11 200 Kč
PC	2 %	11 200 Kč
Kokpit	15 %	84 000 Kč
Konstrukce	21 %	117 600 Kč
Ovládací prvky	10 %	56 000 Kč
Vibrační systém	15 %	84 000 Kč
Licence	3 %	16 800 Kč
Software	20 %	112 000 Kč
Další	4 %	22 400 Kč
Investováno ze strany vlastníků	0 %	0 Kč
Zbývá na dokončení	100%	560 000 Kč

Jednicové náklady modelu PROFESSIONAL

Stejně jako u modelu BASIC, i zde je detailní rozpad ceny a výrobních nákladů druhého produktu. Marže je stejně jako u předchozího modelu stanovena na 35 % z ceny simulátoru. Ta vychází opět z analýzy konkurence, trhu, vlastního vývoje a nabídek dodavatelů.

Tab. 19 Jednicové náklady simulátoru BASIC

Simulátor PROFESSIONAL				
		Prodejní cena s DPH (21%)	Prodejní cena bez DPH	Výrobní náklady
Celkem	100 %	608 400 Kč	480 636 Kč	312 413 Kč
Volant	10 %	60 840 Kč	48 064 Kč	31 241 Kč
Pedály	5 %	30 420 Kč	24 032 Kč	15 621 Kč
Obrazovky	10 %	60 840 Kč	48 064 Kč	31 241 Kč
PC	10 %	60 840 Kč	48 064 Kč	31 241 Kč
Kokpit	11 %	66 924 Kč	52 870 Kč	34 365 Kč
Konstrukce	14 %	85 176 Kč	67 289 Kč	43 738 Kč
Ovládací prvky	6 %	36 504 Kč	28 838 Kč	18 745 Kč
Vibrační systém	8 %	48 672 Kč	38 451 Kč	24 993 Kč
Licence	6 %	36 504 Kč	28 838 Kč	18 745 Kč
Software	14 %	85 176 Kč	67 289 Kč	43 738 Kč
Další	6 %	36 504 Kč	28 838 Kč	18 745 Kč

5.1.3 Ostatní výrobní náklady

V tabulce „Výroba“ se dále nachází ostatní výrobní náklady společnosti. Tyto náklady jsou vyčísleny samostatně, neboť jsou brány jako fixní a jejich výše se nebude měnit podle vývoje trhu. Roční výše těchto nákladů je 151 680 Kč. Tabulka je rozdělena na výdaje jednorázové (nutné prvotní výdaje společnosti) a výdaje, které se budou platit každý rok.

Tab. 20 Ostatní výrobní náklady

Výroba		
	Jednorázově	Ročně
Vybavení dílny	40 000 Kč	15 000 Kč
Pronájem automobilu		123 480 Kč
Pojištění automobilu		28 200 Kč
Celkově	40 000 Kč	166 680 Kč

5.2 Náklady administrativy

Stejně, jako u nákladů na výrobu, i zde jsou zobrazeny položky jednorázového typu, neboli náklady nutné na zřízení a náklady fixní.

Tab. 21 Ostatní administrativní náklady

Administrativa		
	Jednorázově	Ročně
Pronájem prostor	-	324 720 Kč
Vybavení kanceláře	175 100 Kč	10 000 Kč
Roční mzdové náklady na osobu – finance	-	486 000 Kč
Roční mzdové náklady na osobu – výroba	-	399 600 Kč
Roční mzdové náklady na osobu – IT	-	486 000 Kč
Telefon + internet	-	24 000 Kč
Celkově	175 100 Kč	1 730 320 Kč

5.3 Náklady na marketing

V těchto nákladech je zahrnuta především prezentace na závodních akcích a další marketingové aktivity.

Tab. 22 Ostatní marketingové náklady

Marketing		
	Jednorázově	Ročně
Prezentace společnosti na závodech	-	220 000 Kč
Reklama – ostatní	60 000 Kč	118 500 Kč
Celkově	60 000 Kč	338 500 Kč

5.4 Výnosový plán

Plán tržeb bere v úvahu již zmíněné tři možné varianty výrobní kapacity – kapitola 4.1. První tabulka tedy ukazuje plán tržeb pro reálnou variantu, druhá tabulka pro maximální možnou a poslední tabulka reflektuje minimální kapacitu produkce.

Tab. 23 Výnosový plán – optimální varianta

Optimální varianta v milionech Kč											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Prodané kusy BASIC		22	26	26	33	33	35	35	35	38	38
Prodané kusy PROF				24	35	37	45	45	45	46	48
Výnosy BASIC		7,34	8,67	8,67	11,01	11,01	11,68	11,68	11,68	12,68	12,68
Výnosy PROF				11,54	16,82	17,78	21,63	21,63	21,63	22,11	23,07
Náklady BASIC		4,77	5,64	5,64	7,16	7,16	7,59	7,59	7,59	8,24	8,24
Náklady PROF				7,50	10,93	11,56	14,06	14,06	14,06	14,37	15,00
Marže BASIC		2,57	3,04	3,04	3,85	3,85	4,09	4,09	4,09	4,44	4,44
Marže PROFESSIONAL				4,04	5,89	6,22	7,57	7,57	7,57	7,74	8,07
Celkem		2,57	3,04	7,07	9,74	10,08	11,66	11,66	11,66	12,18	12,51
Celkem kumulované		2,57	5,60	12,68	22,42	32,50	44,15	55,81	67,47	79,64	92,15

Tab. 24 Výnosový plán – optimistická varianta

Optimistická varianta v milionech Kč											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Prodané kusy BASIC		36	36	54	54	54	54	54	54	54	54
Prodané kusy PROF				25	38	38	38	38	38	38	38
Výnosy BASIC		11,91	11,96	17,94	18,02	18,02	17,87	18,02	17,94	17,87	18,02
Výnosy PROF				12,06	18,17	18,17	18,02	18,17	18,10	18,02	18,17
Náklady BASIC		7,74	7,78	11,66	11,71	11,71	11,62	11,71	11,66	11,62	11,71
Náklady PROF				7,84	11,81	11,81	11,72	11,81	11,76	11,72	11,81
Marže BASIC		4,17	4,19	6,28	6,31	6,31	6,26	6,31	6,28	6,26	6,31
Marže PROFESSIONAL				4,22	6,36	6,36	6,31	6,36	6,33	6,31	6,36
Celkem		4,17	4,19	10,50	12,66	12,66	12,56	12,66	12,61	12,56	12,66
Celkem kumulované		4,17	8,36	18,86	31,52	44,19	56,75	69,42	82,03	94,59	107,26

Tab. 25 Výnosový plán – pesimistická varianta

Kritická varianta v milionech Kč											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Prodané kusy BASIC		8	10	15	20	21	21	25	28	28	30
Prodané kusy PROF				10	10	11	12	12	14	14	15
Výnosy BASIC		2,67	3,34	5,00	6,67	7,01	7,01	8,34	9,34	9,34	10,01
Výnosy PROF				4,81	4,81	5,29	5,77	5,77	6,73	6,73	7,21
Náklady BASIC		1,73	2,17	3,25	4,34	4,55	4,55	5,42	6,07	6,07	6,51
Náklady PROF				3,12	3,12	3,44	3,75	3,75	4,37	4,37	4,69
Marže BASIC		0,93	1,17	1,75	2,34	2,45	2,45	2,92	3,27	3,27	3,50
Marže PROFESSIONAL				1,68	1,68	1,85	2,02	2,02	2,36	2,36	2,52
Celkem		0,93	1,17	3,43	4,02	4,30	4,47	4,94	5,62	5,62	6,03
Celkem kumulované		0,93	2,10	5,54	9,55	13,86	18,33	23,26	28,89	34,51	40,54

5.5 Ostatní výnosy

V tabulce ostatní výnosy jsou zahrnuté další výnosy společnosti v podobě náhradních dílů, servisu, aktualizace softwaru či oblečení.

Tab. 26 Položky ostatních výnosů

Servis	
Celoroční údržba set	2 500 Kč
Nářadí	3 000 Kč
Náhradní díly	
Posunovací systém BASIC	20 017 Kč
Posunovací systém PROF	28 838 Kč
Pásky	7 500 Kč
Oblečení	
Rukavice	1 500 Kč
Aktualizace software	
BACIS	3 000 Kč
PROF	5 000 Kč

Tab. 27 Ostatní výnosy – optimální varianta

Optimální varianta v tisících Kč											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Servis		0	143	188	220	226	259	259	259	272	278
Náhradní díly BASIC		0	20	35	61	63	97	96	96	102	103
Náhradní díly PROF		0	21	23	54	55	64	63	64	67	68
Prodej oblečení		18	22	24	33	34	40	39	39	42	42
Aktualizace software BASIC		0	78	68	120	124	142	140	142	149	151
Aktualizace software PROF		0	0	0	93	144	166	163	165	174	176
Součet		18	283	337	581	647	767	761	765	804	818

Tab. 28 Ostatní výnosy – optimistická varianta

Optimistická varianta v tisících Kč											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Servis		0	197	296	297	297	295	297	296	295	297
Náhradní díly BASIC		0	28	55	83	83	110	110	110	110	110
Náhradní díly PROFESSIONAL		0	29	36	73	73	73	73	73	73	73
Prodej oblečení		30	30	38	45	45	45	45	45	45	45
Aktualizace software BASIC		0	107	108	161	162	162	161	162	161	161
Aktualizace software PROFESSIONAL		0	0	0	126	189	189	188	189	188	188
Součet		30	391	532	784	848	873	873	875	872	873

Tab. 29 Ostatní výnosy – pesimistická varianta

Pesimistická varianta v tisících Kč											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Servis		0	88	94	97	104	107	120	136	136	146
Náhradní díly BASIC		0	12	17	27	29	40	44	51	51	54
Náhradní díly PROF		0	13	12	24	25	26	29	33	34	36
Prodej oblečení		7	13	12	15	16	16	18	21	21	22
Aktualizace software BASIC		0	48	34	53	56	59	65	74	74	79
Aktualizace software PROF		0	0	0	41	66	68	76	87	87	92
Součet		7	174	169	256	296	316	352	402	402	428

5.6 Plán tržeb

Výnosový plán odráží opět tři varianty objemu produkce, k marži za prodej simulátorů jsou zde ještě započítány ostatní výnosy v podobě prodeje náhradních dílů, aktualizace softwaru, oblečení a doplňků. Dále jsou zde také vyčísleny ostatní náklady, které kopírují fixní náklady v oblasti výroby, administrativy a marketingu.

Tab. 30 Plán tržeb – optimální varianta

Optimální varianta v milionech Kč											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Marže z prodeje	0,00	2,57	3,04	7,07	9,74	10,08	11,66	11,66	11,66	12,18	12,51
Ostatní výnosy		0,02	0,28	0,34	0,58	0,65	0,77	0,76	0,77	0,80	0,82
Ostatní náklady	2,91	2,24	2,80	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12
Hrubý hospodářský výsledek	-2,91	0,35	0,52	4,29	7,20	7,60	9,30	9,30	9,30	9,86	10,21
Kumulovaný zisk		0,35	0,88	5,17	12,37	19,97	29,27	38,57	47,87	57,73	67,94

Tab. 31 Plán tržeb – optimální varianta

Optimistická varianta v milionech Kč											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Marže z prodeje	0,00	4,17	4,19	10,50	12,66	12,66	12,56	12,66	12,61	12,56	12,66
Ostatní výnosy		0,03	0,39	0,53	0,78	0,85	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87
Ostatní náklady	2,91	2,24	2,80	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12
Hrubý hospodářský výsledek	-2,91	1,96	1,78	7,91	10,33	10,39	10,32	10,42	10,37	10,31	10,42
Kumulovaný zisk		1,96	3,75	11,66	21,99	32,38	42,70	53,11	63,48	73,79	84,21

Tab. 32 Plán tržeb – optimální varianta

Optimistická varianta v milionech Kč											
Kalendářní rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Rok výroby	0. rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok	6. rok	7. rok	8. rok	9. rok	10. rok
Marže z prodeje	0,00	4,17	4,19	10,50	12,66	12,66	12,56	12,66	12,61	12,56	12,66
Ostatní výnosy		0,03	0,39	0,53	0,78	0,85	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87
Ostatní náklady	2,91	2,24	2,80	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12	3,12
Hrubý hospodářský výsledek	-2,91	1,96	1,78	7,91	10,33	10,39	10,32	10,42	10,37	10,31	10,42
Kumulovaný zisk		1,96	3,75	11,66	21,99	32,38	42,70	53,11	63,48	73,79	84,21

6 Závěr

Cílem této práce bylo vytvořit business plán na výrobu profesionálních simulátorů. Investice tohoto projektu byla vyčíslena na celkovou hodnotu **6.900.000 Kč**, kdy vlastníci se podílí ve výši 30 % a investor zbylých 70 %.

V první řadě bylo důležité vysvětlit potenciálnímu investorovi, co je podstatou celé myšlenky podnikání, kdo za ní stojí a proč si zaslouží investorovu pozornost. Z jeho pohledu je zásadním ukazatelem fakt, že dobrá myšlenka je podpořena kvalifikovaným lidským faktorem. V tomto ohledu je patrné, že všichni tři vlastníci mají dobré předchozí zkušenosti a jsou schopni vybudovat silnou konkurenceschopnou společnost.

Ovšem tím nejdůležitějším aspektem pro rozhodnutí, zda investovat, či nikoli, je investiční část plánu. Bylo naprosto zásadní představit investorovi lukrativní investiční nabídku. Vzhledem k pozici firmy, která je momentálně start-up společností, je riziko selhání hodně vysoké. Investorovi je tedy nabízen 70% podíl na řízení podniku a zároveň 70% podíl na celkovém zhodnocení investice, což meziročně dělá 20 %. Na jednu stranu dostane investor solidní zhodnocení svých vložených prostředků, na stranu druhou bude mít možnost se přímo podílet na řízení podniku, což mu dává transparentní pohled na celý chod společnosti.

Další část práce je věnována podrobnému vysvětlení zvoleného business modelu. Nejpodstatnější kapitolou je zde analýza trhu. K té dobře posloužila vypracovaná marketingová studie od externí společnosti, ale také zkušenosti vlastníků. Zvoleny byly dva cílové trhy, prioritní indický a sekundární evropský. Pro dosažení cílů společnosti bude nutné se na obou trzích aktivně prezentovat, nicméně největší důraz bude kladen na prezentaci na samotných závodech. Tento druh prezentace je dle nás dobrou volbou marketingové strategie, neboť dojde k oslovení velkého počtu potenciálních zákazníků. Na základě analýzy byly stanoveny tři možné scénáře vývoje trhu, kdy došlo ke zvážení možných šancí a rizik na trhu. Další kapitola je zde věnována samotným zákazníkům, kteří jsou rozděleni do dvou skupin dle zvoleného produktu. Předposlední část business modelu je identifikace marketingového plánu, tedy vysvětlení produktu, propagace, distribuce, cenové politiky a také strategie a budoucnosti společnosti. Společnost by se chtěla v budoucnu ještě více zaměřit na možné technologické inovace a tím by dosáhla

ještě většího procenta zastoupení na trhu. Poslední kapitola této části se podrobně věnuje výrobnímu plánu, zvolené kapacitě výroby, dodavatelské síti a řízení kvality. Díky zvolenému dodavatelskému prosecu – outsourcingu firma nemusí investovat do výrobního zařízení a prostor a dosáhne tak daleko lepší kvality dodaných produktů. Všechny tyto úspory se také promítly do ceny finálního výrobku.

Poslední část práce je věnována zevrubné finanční analýze ve výrobní, administrativní a marketingové oblasti podniku. Pro správný výpočet bylo nutné vytvořit detailní rozpad nákladů. Tato část také obsahuje výnosový plán z prodeje simulátorů a celkový plán tržeb. Oba plány byly vytvořeny ve třech možných variantách vývoje trhu, které odráží optimální scénář, možné šance a rizika. Díky této analýze je vidět, že společnost má vysoký potenciál budoucího růstu.

Takto sestavený plán podává investorovi podrobný obrázek celého projektu, měl by ho přesvědčit o životaschopnosti a konkurenceschopnosti, a tedy i dobré investiční nabídce.

Seznam literatury

BOKŠOVÁ, J. Účetní výkazy pod lupou I. Základy účetního výkaznictví. 1. vyd. Praha: Linde Praha a.s., 2013. ISBN 978-80-720-1-921-2.

DE LAURENTIS, G. -- MAINO, R. Developing, validating and using internal ratings : methodologies and case studies, Chichester: John Wiley and Sons, 2010. ISBN 978-0-470-71149-1.

FOTR, J., SOUČEK, I. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování, 1. vyd. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0939-2.

ISO, I. ISO 21500, Guidance on project management. Geneva: International Organization for Standardization, 2012.

KAVAN, M. Výrobní a provozní management. 1. vyd. Praha: GRADA, 2002. ISBN 80-247-0199-5.

KOTLER, P. -- KELLER, K L. Marketing management. 12. vyd. Praha: GRADA, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.

MANAGEMENTMANIA. Venture Capital, rizikový kapitál [online]. 2017. Dostupné z URL: <<https://managementmania.com/cs/venture-capital>>

MRKVIČKA, J. -- STROUHAL, J. Manažerské finance. 3. vyd. Praha: Institut certifikace účetních, 2014. ISBN 978-80-86716-92-3.

NENADÁL, J. Benchmarking. mýty a skutečnost.: Mýty a skutečnost. 1. vyd. Praha: Management Press, 2011. ISBN 978-80-7261-224-6.

NÝVLTOVÁ, R. -- MARINIČ, P. Finanční řízení podniku.: Moderní metody a trendy. 1. vyd. Praha: GRADA, 2010. ISBN 978-80-247-3158-2.

RAJCHLOVÁ, J. Rizikový kapitál - možnost financování podniků, 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2016. ISBN 978-80-7509-390-5.

SRPOVÁ, J. Podnikatelský plán a strategie. 1. vyd. Praha: GRADA, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích.

ZAMAZALOVÁ, M. Marketing. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-115-4.

Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obr. 1 Organizační struktura společnosti CTU CarTech	10
--	----

Seznam tabulek

Tab. 1 Využití investice	13
Tab. 2 Zhodnocení investice celkově	14
Tab. 3 Zhodnocení investice investora	14
Tab. 4 Vývoj trhu – optimální varianta	17
Tab. 5 Vývoj trhu – optimistická varianta	17
Tab. 6 Vývoj trhu – pesimistická varianta	17
Tab. 7 Konkurence BASIC – Evropa	18
Tab. 8 Konkurence PROFESSIONAL – Evropa	19
Tab. 9 Konkurence PROFESSIONAL – Indie.....	19
Tab. 10 Očekávání x řešení BASIC.....	21
Tab. 11 Požadavky x řešení PROFESSIONAL	24
Tab. 12 Počet dnů na výrobu simulátorů a prototypu	28
Tab. 13 Výrobní kapacita – optimální varianta	28
Tab. 14 Výrobní kapacita – optimistická varianta	28
Tab. 15 Výrobní kapacita – pesimistická varianta	29
Tab. 16 Vývojové náklady prototypu BASIC.....	30
Tab. 17 Jednicové náklady simulátoru BASIC.....	31
Tab. 18 Jednicové náklady simulátoru PROFESSIONAL	31
Tab. 19 Jednicové náklady simulátoru BASIC.....	32
Tab. 20 Ostatní výrobní náklady.....	32
Tab. 21 Ostatní administrativní náklady	33

Tab. 22 Ostatní marketingové náklady.....	33
Tab. 23 Výnosový plán – optimální varianta.....	34
Tab. 24 Výnosový plán – optimistická varianta.....	34
Tab. 25 Výnosový plán – pesimistická varianta.....	34
Tab. 26 Položky ostatních výnosů.....	35
Tab. 27 Ostatní výnosy – optimální varianta	35
Tab. 28 Ostatní výnosy – optimistická varianta	36
Tab. 29 Ostatní výnosy – pesimistická varianta	36
Tab. 30 Plán tržeb – optimální varianta.....	36
Tab. 31 Plán tržeb – optimální varianta.....	37
Tab. 32 Plán tržeb – optimální varianta.....	37

ANOTAČNÍ ZÁZNAM

AUTOR	Kateřina Kolářová		
STUDIJNÍ OBOR	6208R088 Podniková ekonomika a management provozu		
NÁZEV PRÁCE	Podnikatelský plán v rámci projektu Formula Student		
VEDOUCÍ PRÁCE	doc. Ing. Tomáš Krabec, Ph.D., MBA		
KATEDRA	KFMU - Katedra finančního a manažerského účetnictví	ROK ODEVZDÁNÍ	2017
POČET STRAN	42		
POČET OBRÁZKŮ	1		
POČET TABULEK	32		
POČET PŘÍLOH	0		
STRUČNÝ POPIS	Cílem bakalářské práce je ověření ekonomické funkčnosti podnikatelského plánu vytvořeného pro produkt – profesionální auto simulátor. Funkčnost byla ověřena na základě jasně stanovených kritérií, která se posuzovala z hlediska hypotetických vlastníků a potenciálních investorů. Výsledkem je posouzení ekonomické životaschopnosti tohoto projektu ve vazbě na zvolený business model.		
KLÍČOVÁ SLOVA	Podnikatelský plán, business model, zhodnocení, finanční analýza		
PRÁCE OBSAHUJE UTAJENÉ ČÁSTI: Ano			

ANNOTATION

AUTHOR	Kateřina Kolářová		
FIELD	6208R088 Business Management and Production		
THESIS TITLE	Formula Student Business plan		
SUPERVISOR	doc. Ing. Tomáš Krabec, Ph.D., MBA		
DEPARTMENT	KFMU - Department of Financial and Managerial Accounting	YEAR	2017
NUMBER OF PAGES	42		
NUMBER OF PICTURES	1		
NUMBER OF TABLES	32		
NUMBER OF APPENDICES	0		
SUMMARY	<p>This bachelor thesis is focused on business plan within a framework of a competition called Formula Student. The business plan has been made for a production of professional car's simulators.</p> <p>The feasibility of this business plan has been validated on the grounds criterias which has been judged by hypothetical owners and potential investors.</p> <p>The outcome is an appraisal economical viability in relation of a chosen business model</p>		
KEY WORDS	Business plan, business model, capital appreciation, financial analysis		
THESIS INCLUDES UNDISCLOSED PARTS: Yes			