

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH
STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR – FITNESS / WELLNESS STUDIO

Autor práce: Diana Bálková

Studijní obor: Management a marketing služeb

Forma studia: Prezenční

Vedoucí práce: Ing. Pavel Studík

Katedra: Katedra managementu a marketingu služeb

2012

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím odborné literatury a materiálů uvedených v této práci.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění.

.....

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Ing. Pavlu Studíkovi za cenné rady,
připomínky a metodické vedení práce.

ABSTRAKT

BÁLKOVÁ, D. *Podnikatelský záměr – fitness / wellness studio* : bakalářská práce. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, o. p. s., 2012. 60 s. Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavel Studík.

Klíčová slova: podnikatelský záměr, podnikatelský plán, podnik, společnost s ručením omezeným, wellness, fitness, reklama, zákazníci, konkurence, služby

Předmětem bakalářské práce „Podnikatelský záměr – fitness / wellness studio“ je vypracování konkrétního podnikatelského záměru na založení podniku.

V první části se zaměřuji na rozbor teoretických aspektů založení podniku a strukturu podnikatelského záměru. Hlavním cílem je vysvětlit výhody a nevýhody mezi vybranými právními formami a následně popsat právní formu podnikání, kterou jsem si pro svůj podnikatelský záměr zvolila.

V druhé části práce využiji těchto poznatků k vypracování svého podnikatelského záměru na založení společnosti s ručením omezeným. Tato společnost bude poskytovat fitness a wellness služby.

ABSTRACT

BÁLKOVÁ, D. *Business Plan – fitness / wellness studio*: Bachelor thesis. České Budějovice: The College of European and Regional Studies, o. p. s., 2012. 60 p. Supervisor: Ing. Pavel Studík.

Keywords: business aim, business plan, company, limited company, wellness, fitness, advertising, customers, competition, services

The subject of the thesis „The business plan – fitness / wellness studio“ is a concrete business plan for setting up a business.

The first part is focused on analyzing a theoretical aspects of establishing a business structure and business plan. The main objective is to explain the advantages and disadvantages between selected legal forms, and then to describe the legal form of business that I choose for my business plan.

In the second part I will use this knowledge to develop my business plan to establish a limited company. This company will provide fitness and wellness services.

OBSAH

ÚVOD

1.	CÍLE A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....	8
2.	PODNIKÁNÍ A PODNIK - VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ.....	9
2.1.	Podnik.....	9
2.1.1	Statistické pojetí	9
2.2.	Podnikání.....	10
2.3.	Podnikatel.....	10
2.4.	Právní formy podnikání.....	11
2.5.	Důležitá kritéria pro volbu právní formy	13
2.6.	Porovnání vybraných příkladů právních forem.....	15
2.7.	Postup při založení společnosti s ručením omezeným	18
3.	PODNIKATELSKÝ PLÁN	19
3.1.	Sestavení podnikatelského plánu	19
3.2.	Struktura podnikatelského plánu	19
4.	MARKETING	25
4.1.	Strategické marketingové plánování	25
5.	PRAKTICKÁ ČÁST	28
5.1.	Titulní strana	28
5.2.	Podnikatelský záměr	29
5.3.	Vize podniku	30
5.4.	Cíle podniku	31
5.5.	Vedení společnosti	31
5.6.	Údaje o společnících	32
5.7.	Produkty (popis služeb).....	32
5.8.	Analýza trhu	38

5.9. Marketing	41
5.10. SWOT analýza	44
5.11. Finanční plán	45
5.12. Počáteční rozvaha.....	46
5.13. Zaměstnanci a jejich mzdy	46
5.14. Plánované příjmy.....	47
5.15. Odhad nákladů.....	50
ZÁVĚR	54

SEZNAM POUŽITÉ LITERATUR

SEZNAM TABULEK

PŘÍLOHY

Úvod

Hlavním důvodem pro zvolení bakalářské práce na téma Podnikatelský záměr - fitness/ wellness studio, byla skutečnost, že se zajímám o zdravý životní styl. Ve městě Tábor a v blízkém okolí je nedostatečná nabídka sportovně relaxačních zařízení a proto se ve své práci budu zabývat založením takového podniku. Domnívám se, že vypracování tohoto tématu by mi mohlo pomoci získat vědomosti a zkušenosti, které bych mohla uplatnit v praxi.

Jako začínající podnikatelka bych se zaměřila na vytvoření malého podniku, protože není finančně a organizačně náročný jako velké podniky. Podle mého názoru je nejvhodnější právní formou pro fitness/wellness studio společnost s ručením omezeným nebo fyzická osoba podnikající na základě živnostenského oprávnění. V této práci postupně zhodnotím všechny výhody x nevýhody vybraných společností, popíši právní formu, pro kterou jsem se rozhodla a postup jejího založení.

Podnikatelský záměr je plán, který slouží k dosažení vytyčených cílů podnikatele při zakládání podniku. Může se jednat pouze o myšlenku živnostníka či o rozsáhlý písemný dokument velkých firem. Je to dlouhodobá strategie podniku, které se snaží dostát, anebo co nejvíce přiblížit a naplnit jeho cíle. Podnikatelský plán také může specifikovat záměry do budoucnosti již vzniklé, fungující firmy. Specifickým znakem podnikatelského plánu je utajení jeho klíčových částí až do doby realizace. Na trhu podnikatelé usilují o konkurenční výhodu, a proto je třeba tajit své plány, dokud je to možné a uchránit je před konkurencí. Proto se také ve své bakalářské práci budu zabývat důkladnou analýzou konkurence a cílového trhu, na kterém by fitness/wellness podnik měl působit.

Bakalářská práce je rozdělena do dvou hlavních částí – teoretická a praktická část.

První část se věnuje teorii a problematice založení podniku. V druhé kapitole je popsána struktura a jednotlivé části podnikatelského plánu. V následující praktické části je obsažen návrh podnikatelského záměru na fitness/wellness podnik.

1. CÍLE A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Cíle bakalářské práce

Cílem mojí bakalářské práce je zpracování podnikatelského záměru pro založení fitness/wellness studia. Podnik bude poskytovat služby spojené se zdravým životním stylem, sportovními aktivitami a masážími.

V první části blíže vysvětlím pojmy související se zakládáním podniku, dále porovnáím výhody a nevýhody společnosti s ručením omezeným a fyzické osoby podnikající samostatně na základě živnostenského či jiného oprávnění. Poté uvedu důvody, které mě vedly k rozhodnutí vybrat si společnost s ručením omezeným, a popíši založení této právní formy podnikání.

Hlavním cílem bakalářské práce bude v praktické části vypracování podnikatelského záměru, který je popsán na konkrétním příkladu.

Metodika bakalářské práce

Před samotným napsáním práce jsem shromáždila odbornou literaturu, z které jsem vycházela v teoretické části. Tato literatura je vzhledem k zaměření práce pouze sekundární, protože primární prameny nejsou dostupné. Všechny zdroje, ze kterých jsem vycházela, jsou uvedeny v seznamu literatury umístěnému na konci práce.

Za stěžejní dílo praktické části práce považuji knihu Uda Wupperfelda Podnikatelský plán pro úspěšný start. Další knihu, kterou bych ráda vyzdvihla a ze které jsem čerpala v první části práce je Manažerská ekonomika od Miloslava Synka a kolektivu. Tyto dva prameny považuji za nejvíce prospěšné pro moji bakalářskou práci.

2. Podnikání a podnik - vymezení základních pojmů

Na začátku práce vysvětlím co to je pojem podnik, podnikání a jaké jsou možné právní formy podnikání. Na základě informací uvedených v této části se postupně dostanu k nejvhodnější právní formě podnikání pro můj podnikatelský záměr.

2.1.Podnik

„Podnikem se rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit.“¹

Dle Vebera a Srpové pro vymezení pojmu podnik existuje řada výkladů:

- obecně se jedná o subjekt, ve kterém dochází k přeměně vstupů na výstupy,
- obsáhleji je podnik formulován jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot (ať vlastních či pronajatých), sloužící podnikateli k provozování podnikatelské činnosti,
- právně jde o soubor hmotných a nehmotných složek podnikání. K podniku patří věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které náleží podnikateli a slouží k provozování podniku.²

2.1.1 Statistické pojetí

V roce 1997 se česká statistika harmonizovala s kvantitativní typologií podnikání Eurostatu a podniky rozděluje do tří skupin podle počtu zaměstnanců:

malé – do 20 zaměstnanců,

střední – do 100 zaměstnanců,

velké – 100 a více zaměstnanců³

¹ STUNA, S. Obchodní zákoník s podrobným komentářem pro právní a podnikatelskou praxi. Praha : Trizonia, 1992, s. 12

² VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. Podnikání malé a střední firmy. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 16

2.2. Podnikání

Pojem podnikání za posledních 15 let v běžném slovníku velmi zdomácněl. Avšak jeho interpretace není příliš jednoduchá:

Ekonomické pojetí – podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a ostatních aktivit tak, aby se zvýšila jejich hodnota.

Psychologické pojetí – podnikání je činnost, která je motivovaná potřebou něčeho dosáhnout, něco získat. V tomto pohledu je podnikání prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, dostat se na volnou nohu.

Sociologické pojetí – podnikání je vytváření blahobytu pro všechny zainteresované.⁴

Obchodní zákoník vymezuje podnikání následující **definicí**:

„Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.“⁵

2.3. Podnikatel

- osoba, která vykonává podnikatelské aktivity s rizikem ztráty nebo rozšíření svého kapitálu,
- osoba, která umí rozpoznat příležitosti a využívat zdroje k dosažení daných cílů,
- iniciátor a nositel podnikání – investuje své prostředky, čas a úsilí, nese riziko s cílem dosáhnout zisku⁶

³ VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 19

⁴ VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 15

⁵ STUNA, S. *Obchodní zákoník s podrobným komentářem pro právní a podnikatelskou praxi*. Praha : Trizonia, 1992, s. 9

⁶ VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 16

Dle Synka podnikatelem může být fyzická nebo právnická osoba, která získala živnostenské oprávnění podle živnostenského zákona (zákon č. 455/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů).⁷

Obchodní zákoník důsledně rozděluje pojem „podnikatel“ od pojmu „podnik“. **Podnikatele** chápe jako:

„právně samostatný, vlastnický oddělený právní subjekt, který provozuje podnikatelskou činnost vlastním jménem.“⁸

2.4.PRÁVNÍ FORMY PODNIKU

Výběr právní formy podnikání závisí výhradně na rozhodnutí podnikatele. Obchodní zákoník a jiné právní normy nabízí podnikateli mnoho možností, ze kterých si může vybrat tu nejvhodnější. Tato volba právní formy je dlouhodobé rozhodnutí, avšak nesmíme opomenout, že nevzniká jen při založení nového podniku, ale také může nastat v případech, kdy změny vnějšího ekonomického prostředí vedou podnikatele k zamyšlení o změně právní formy podnikání. Tuto změnu z jedné právní formy na jinou můžeme nazvat transformací.⁹

Jak uvádí Veber a Srpová jsou přípustné následující právní formy podnikání:

- podnikání fyzických osob,
- podnikání právnických osob.¹⁰

⁷ SYNEK, M. a kol. *Podniková ekonomika*. 4. přeprac. a dopl. vyd. Praha : C. H. Beck, 2006, s. 9

⁸ STUNA, S. *Obchodní zákoník s podrobným komentářem pro právní a podnikatelskou praxi*. Praha : Trizonia, 1992, s. 10

⁹ SYNEK, M. *Manažerská ekonomika*. 3. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003, s. 24

¹⁰ VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 65

2.4.1. Podnikání fyzických osob

„Fyzickou osobou je člověk jako přirozený nositel práv a povinností.“¹¹

Můžeme říci, že se jedná o osoby, které:

- podnikají na základě živnostenského oprávnění (vlastní živnostenský list či koncesní listinu). Jsou to osoby zapsané v obchodním rejstříku,
- osoby, které podnikají na základě jiného než živnostenského oprávnění,
- soukromé zemědělce, kteří jsou zapsaní v evidenci.

Fyzické osoby se mohou nechat zapsat do obchodního rejstříku dobrovolně na vlastní žádost, nebo povinně dle stanovených podmínek v obchodním zákoníku.¹²

2.4.2. Podnikání právnických osob

„Právnickou osobou je každý subjekt, který má práva a povinnosti a není fyzickou osobou.“¹³

Všechny druhy právnických osob musí být zapsány v obchodním rejstříku. Dle obchodního zákoníku rozlišujeme následující právnické osoby:

- osobní společnosti,
- kapitálové společnosti,
- družstva¹⁴.

¹¹ STUNA, S. Obchodní zákoník s podrobným komentářem pro právní a podnikatelskou praxi. Praha : Trizonia, 1992, s. 10

¹² VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 66

¹³ STUNA, S. Obchodní zákoník s podrobným komentářem pro právní a podnikatelskou praxi. Praha : Trizonia, 1992, s. 11

¹⁴ VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 66

2.5. Důležitá kritéria pro volbu právní formy

Kritérií, podle kterých si můžeme vybrat právní formu je velké množství. Jedna část je všeobecná a druhá specifická podle druhu činnosti, kterou jsme si pro podnikání zvolili.

Je třeba zvážit tyto skutečnosti:

a) Počet osob nezbytných pro založení

Při rozhodování o založení podniku musím zvážit, zda chci podnik mít ve vlastních rukou nebo ho vést s dalšími společníky

Toto kritérium je v různých zemích rozdílně upraveno. V České republice je u společnosti s ručením omezeným i u akciové společnosti přípustné, aby je založila jediná osoba (fyzická nebo u a. s. právnická). Osobní obchodní společnosti musí mít za zakladatele minimálně dvě osoby. Dále u společnosti s ručením omezeným limituje obchodní zákoník maximální počet společníků na 50 osob.

b) Základní kapitál

Nároky na minimální rozsah počátečního kapitálu potřebného pro založení podniku jsou definovány pouze pro kapitálové společnosti. Společnost s ručením omezeným musí mít základní kapitál v rozsahu min 200 tis. Kč (minimální vklad společníka 20 tis. Kč). Pro akciové společnosti platí podmínka minimálního základního kapitálu ve výši 2. mil Kč.

Pokud chtějí akciové společnosti mít akcie na trhu cenných papírů, pak musí mít základní kapitál o velikosti alespoň 20. mil Kč.

c) Způsob a rozsah ručení

Jak velké bude podnikatelské riziko, které poneseme?

Synek uvádí dvě varianty ručení, a to:

- omezené (podnikatel za závazky ručí pouze do výše svého nesplaceného majetkového vkladu a neručí svým osobním majetkem),

- neomezeně (podnikatel za závazky podniku ručí neomezeně, celým svým majetkem).¹⁵

d) Rozsah plánovaných podnikatelských aktivit

Pro malé přivýdělky nemusíme zakládat složitou právní formu podnikání.

e) Obor činnosti

Pro některé obory mohou být zákonem stanoveny požadavky pro danou činnost, které je nutno splňovat.

f) Míra vlastní angažovanosti

Určuje, zda je podnikatel schopen dát do podnikání veškeré své úsilí a celý svůj majetek.

g) Míra daňového zatížení

Při výběru právní formy podnikání je toto hledisko velmi důležité. V dnešní době platí podnikatelé tyto typy daní:

- přímé,
- daň z příjmů fyzických a právnických osob,
- daň z nemovitostí,
- daň z převodu nemovitostí,
- nepřímé,
- daň z přidané hodnoty,
- daň spotřební,
- daň silniční.¹⁶

¹⁵ SYNEK, M. *Manažerská ekonomika*. 3. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003, s. 25

¹⁶ SYNEK, M. *Manažerská ekonomika*. 3. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003, s. 29

h) Vedení účetnictví

Společnosti si mohou vybrat mezi daňovou evidencí nebo vést podvojně účetnictví. Akciové společnosti musí mít povinný audit účetní závěrky.

i) Zveřejňovací povinnost výsledků

Tuto povinnost mají subjekty zapsané do obchodního rejstříku a rozumí se jí povinnost společností zveřejňovat svou auditovanou účetní závěrku do 30 dnů po konání valné hromady, která tuto závěrku vyjedнала. Zveřejňovací povinnost je upravena zákonem č. 591/1992 Sb., o cenných papírech ve znění pozdějších předpisů, zákonem č. 563/1991 Sb., o účetnictví ve znění pozdějších předpisů a zákonem č. 513/1991 Sb, obchodní zákoník ve znění pozdějších předpisů.¹⁷

2.6.Porovnání vybraných příkladů právních forem

Při založení drobného wellness/fitness podniku bych se rozhodovala mezi založením společnosti s ručením omezeným nebo podnikáním jako fyzická osoba na základě živnostenského listu. Proto musím před zahájením podnikatelské činnosti zvážit všechna pro a proti.

2.6.1. Společnost s ručením omezeným

Jedná se o kapitálovou společnost, ve které je základní kapitál tvořen vklady jednotlivých společníků. Společnost je odpovědná za porušení svých závazků celým svým majetkem. Společník za závazky ručí do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v OR. Společnost může být založena minimálně jednou osobou a je omezena počtem společníků na 50. Základní kapitál společnosti musí být ve výši minimálně 200 000 Kč a minimální výše vkladu jednoho společníka je 20 000 Kč. Společnost je povinna vytvářet rezervní fond. Název firmy musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, „spol. s. r. o.“ nebo „s. r. o.“. **Orgány společnosti:**

- Valná hromada,
 - Jednatelé,
-

¹⁷ SYNEK, M. *Manažerská ekonomika*. 3. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003, s. 29

- Dozorčí rada

Pro založení společnosti je nutné sepsat společenskou smlouvu, která musí obsahovat:

- název a sídlo společnosti,
- určení společníků,
- předmět podnikání,
- výši ZK a výši vkladů společníků,
- jména a bydliště jednatelů,
- jména a bydliště členů dozorčí rady, pokud je zřizována.¹⁸

Výhody s.r.o.:

Lze snadno ověřit nejen historii, ale i její kvalitu, pokud ukládá podle zákona účetní závěrky do sbírky listin, anebo nedůvěryhodnost, pokud tuto zákonnou povinnost neplní

- omezené ručení do výše vkladu,
- dlouhodobá životnost společnosti (při odchodu společníka nehrozí její zánik),
- může zakládat dceřiné společnosti, kterými optimalizuje zisk,
- nejrozšířenější forma v ČR,
- prestiž.

Nevýhody s.r.o.:

- Nutnost zapsání do OR,
- větší daňová zátěž při nižších ziscích,
- nutný počáteční kapitál,
- znovu zdaňovat při výplatě dividend (dvojitá zdaňování),
- nutnost vedení účetnictví.¹⁹

¹⁸ WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha : Management Press, 2003, s. 47

¹⁹ Vše o s.r.o. [online]. poslední revize 16. 4. 2012 [cit. 16. 4. 2012]. Dostupné na WWW: < <http://www.e-sro.cz/vyhody-spolecnosti-sro.htm>>

2.6.2. Fyzická osoba podnikající samostatně na základě živnostenského nebo jiného oprávnění

Podnikání fyzické osoby je obvykle formou živnosti. Živností se rozumí „pravidelná výdělečná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem na vlastní odpovědnost a vlastní riziko za účelem dosažení zisku“²⁰

Podnik fyzické osoby má ve vlastnictví jedna osoba. Název jeho firmy musí obsahovat jméno a příjmení a dále může obsahovat dodatek odlišující osobu podnikatele nebo podnikání. Aby mohla fyzická osoba založit podnik, musí splňovat množství podmínek plynoucích ze zákona.

Výhody FO

- Menší náročnost na zakládání
- Minimum formálních povinností při zakládání firmy
- Nízké správní poplatky nutné pro založení firmy
- Nemá povinnost zveřejňovat účetní závěrky
- Eventuelní změny probíhají rychle
- Samostatnost a volnost při rozhodování

Nevýhody FO

- Ručení celým svým majetkem – vysoké riziko
- Finanční problémy spojené s podnikáním se mohou objevit v rodině podnikatele
- Životnost podniku je daná délkou života majitele
- Některé společnosti se vyhýbají nákupu služeb od OSVČ, aby se vyhnuly obvinění ze Švarc systému.²¹

Shrnutí

Pokud chce podnikatel podnikat s jasným cílem a představou systematického a dlouhodobého rozvoje - dospěje k výsledku dříve jako PO, než jako podnikatel - FO.

²⁰ WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha : Management Press, 2003, s. 40

²¹ Business center.cz [online]. poslední revize 10. 4. 2012 [cit. 10. 4. 2012]. Dostupné na WWW:

<<http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/zalozeni.aspx>>

Podmínkou pro FO i PO je brát podnikání odpovědně a umět se vyrovnávat s úspěšnými i neúspěšnými obdobími.²²

2.7. Postup při založení společnosti s ručením omezeným

Založení společnosti s ručením omezeným je v dnešní době poměrně zdoluhavý proces. Při zakládání společnosti musíme dbát na následující postup:

Sepsání společenské smlouvy

Smlouva musí být podepsaná všemi společníky a její správnost a pravost podpisů je nutné ověřit notářem.

Základní kapitál

Společníci musí vložit na peněžní účet částku min. 20 000 Kč (pokud se jedná o nepeněžní vklad, musí být oceněn soudním znalcem). Celkový základní kapitál společnosti musí činit 200 tis. Kč.

Žádost o výpisy

K založení společnosti je nutné předložit výpis z trestního rejstříku odpovědného zástupce společnosti a doklad o odborné způsobilosti.

Podání žádosti

Žádost se podává na místní živnostenský úřad (řídí se místem provozovny)

Žádost o registraci u Obchodního rejstříku.²³

Jestli-že zakládá společnost dva a více zakladatelů, uzavřou spolu zakladatelskou smlouvu. Zakládá-li společnost jediný zakladatel, podepisuje zakladatelskou listinu. Podpisy na smlouvách musí být vždy notářsky ověřeny.²⁴

²² Vše o s.r.o. [online]. poslední revize 16. 4. 2012 [cit. 16. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.e-sro.cz/vyhody-spolecnosti-sro.htm>>

²³ SYNEK, M. *Manažerská ekonomika*. 3. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003, s. 35

²⁴ SYNEK, M. *Manažerská ekonomika*. 3. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003, s. 25

3. Podnikatelský plán

Zpracování podnikatelského plánu je důležité zejména pro začínající podnikatele při zakládání nového podniku. Pod tímto pojmem si vybavíme písemnou listinu, která je vypracovaná podnikatelem. Tato listina pomůže začínajícímu podnikateli si ujasnit své cíle a podnikatelský záměr. Přezkoumá v ní kriticky navržené strategie a zhodnotí své přednosti. Dále si podnikatel promyslí personální zajištění, identifikuje cílové skupiny, konkurenty a poté může přistoupit k realizaci založení podniku. Můžeme tedy říci, že podnikatelský plán je základním článkem pro založení podniku.

3.1. Sestavení podnikatelského plánu

Podnikatelský plán slouží jako nástroj pro budování podniku, pro rozhodování o vhodných strategiích a k řešení příznivých i nepříznivých situací. Proto by měl mít určitou obsahovou a formální stránku. **Podnikatelský plán by měl být:**

- srozumitelný,
- stručný,
- logický,
- pravdivý,
- podložen co nejpřesnějšími číselnými údaji.²⁵

3.2. Struktura podnikatelského plánu

Struktura podnikatelského plánu nelze přesně vymezit, protože každý plán je zpracováván pro jiný účel. Pokud budeme vycházet z teorie a praxe, dostaneme se k těmto bodům struktury podnikatelského plánu:

Stručný obsah

Aby se v podnikatelském plánu dobře orientovalo, musí v něm být uveden stručný a přehledný obsah. Obsah pomáhá nejen čtenářům v orientaci podnikatelského záměru,

²⁵ BLACKWELL, E. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha : Readers International Prague, 1993, s. 4

ale také samotnému autorovi při korekci a úpravách. Obsah by měl zahrnovat maximálně tři úrovně nadpisů.

Shrnutí

V této části jasně sdělíme čtenáři, oč v celém podnikatelském záměru jde. V první větě bychom měli říci pár slov o tom, co zamýšlíme a v druhé větě uvedeme, jak velkou částku k tomu potřebujeme a na co ji chceme použít.

Analýza trhu

Průzkum trhu je velmi důležitou součástí podnikatelského plánu. Pomáhá nám efektivně dosáhnout daného cíle. Analyzuje informace na vybraném trhu o: nabídce, poptávce, konkurenci apod. Tyto informace se následně shromažďují a vyhodnocují. Pokud budeme udávat číselné údaje, kterých by mělo být co nejvíce, měli bychom u nich uvést oficiální zdroj. Ověřitelnost údajů zvýší naši důvěryhodnost. Je očekáváno, že v podnikatelském záměru budou uvedeny informace o celkovém i o cílovém trhu.

Celkový trh – obsahuje všechny uvažované možnosti využití výrobku nebo služby.

Cílový trh – podnikatel si musí na trhu najít takovou skupinu zákazníků, kteří budou mít z jeho výrobků a služeb největší užitek

Popis podniku

Je nutné popsat vývoj a současnou situaci našeho podniku. Tím poskytneme bankám a investorům důležité informace, které potřebují k posouzení situace. Následující body zahrnují důležité informace o podniku, které musíme ve svém podnikatelském záměru popsat:

- název firmy, sídlo, datum založení,
- předmět podnikání.

Otázky, které se týkají předmětu podnikání:

- Kdy a kdo založil váš podnik?
- Co ho vedlo k jeho založení?
- Jakou právní formu podnikání má váš podnik?
- Proč jste zvolili právě tuto formu?

Vývoj podniku

V této části je třeba stručně popsat aktuální vývoj svého podniku. Uvádí se společně s údaji o obratu, zisku a zaměstnancích.

Právní forma, vlastnické vztahy

Podnikatel by měl objasnit, zda chce být jediným vlastníkem svého podniku nebo zda chcete uskutečnit svůj podnikatelský záměr se společníky. Uvést jakou právní formu si zvolil a důvody, které ho k tomu vedly. Právní forma podnikání má obrovský význam pro budoucnost firem. Jedná se o rozhodnutí podnikatele, které bude mít pro podnik dlouhodobé ekonomické, právní a daňové dopady. Protože podniky jsou různorodé, neexistuje optimální volba právní formy. Začínající podnikatel může např. nejprve začít podnikat jako fyzická osoba a teprve až se firma rozroste, může přejít na jinou právní formu.²⁶

Popis výrobku nebo služby

V této části podnikatelského záměru je nutné popsat výrobek nebo službu, která bude nabízena. Nabízíte-li širší spektrum výrobků nebo služeb popište jen obecné kategorie, není třeba popisovat každý výrobek či službu zvlášť. Pokud jste například otevřeli zahradnictví, nemusíte podrobně popisovat všechny rostliny, které budete prodávat. Je vhodné také uvést doplňkové služby, které souvisí s výrobky, jako je např. záruční servis, instalace atd. Technické informace o výrobcích by neměly být příliš detailně popisovány. Měli bychom se vyhnout příliš odborným názvům, aby našemu výkladu rozuměl i laik. Detailní informace se doporučují uvést do příloh.

Podnikatelský plán je úspěšný tehdy, když v něm popisovaný výrobek přinese zákazníkovi užitek. V podnikatelském plánu se usiluje, aby zákazníci upřednostňovali vaše výrobky a služby před konkurencí. Je tedy třeba, aby podnikatel znal své zákazníky, tak jako své konkurenty.²⁷

²⁶ WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha : Management Press, 2003, s. 36

²⁷ ABRAMS, R., VALLONE, J. *Obchodní plán : Vytvořte ho správně a rychle!*. 1. vyd. Praha : Pragma, 2007, s.

Dlouhodobý výhled

Obecně řečeno dlouhodobý výhled vysvětluje, jak podnikatel vidí situaci na trhu do budoucna. Odhady vývoje pro prodej u nově založených podniků se dělají velmi obtížně. Snaha vytvořit správný odhad prodeje na jeden rok dopředu je ještě obtížnější a i odborníci se často mýlí. Obvyklou chybou je jejich přílišný optimismus. To ale není důvod pokusit se udělat dobrý odhad co nejvíce je to možné. Je k tomu potřeba znát své cíle, na kterých budou plány záviset.

Finanční cíle

Očekávané finanční cíle se musí uvést bez ohledu na to, zda je podnik malý nebo velký. Uvádí se:

- předpokládaný obchodní obrat za první rok,
- předpokládaný čistý zisk za první rok,
- kolik % z půjčky bude splaceno za 1 rok,
- podnikatelské plány na druhý rok.

Není nutné dokazovat, že podnikatel dosáhne zisku již v prvním roce podnikání. Pokud dá podnikatel najevo, že očekává zisk až po delší době, bankéři s tím budou počítat.²⁸

Finanční plán nám ukazuje ekonomickou výdělečnost podniku. **Základní části finančního plánu jsou:**

- Rozvaha
- Výsledovka
- Cash Flow

²⁸ BLACKWELL, E. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha : Readers International Prague, 1993, s. 12

3.2.1. Rozvaha

Začínající podnikatel potřebuje ke svému podnikatelskému záměru sestavit správnou počáteční rozvahu. Rozvahou se rozumí nejzákladnější a nejdůležitější účetní výkaz. Rozvaha udává přehled o stavu aktiv a pasiv k určitému datu. Vyměřuje tedy celkovou hodnotu podniku v průběhu času.

Rozvaha se skládá ze dvou částí:

horní část – zde jsou uvedena všechna aktiva (hotovost, majetek, budovy, vybavení firmy, pohledávky

spodní část – shrnutí veškerých pasiv (dluhy, půjčky, výplaty)

Obecně platí, že **aktiva = pasiva**. Konečná částka po sestavení rozvahy by měla být na obou stranách stejná.²⁹

3.2.2. Výsledovka

Výsledovka nebo-li výkaz zisků a ztrát vychází z ostatních účetních výkazů. Jsou v ní uspořádané náklady, výnosy a výsledek hospodaření. Jednotlivé položky výsledovky jsou vždy uvedené ve stanoveném pořadí. Než podnikatel vytvoří výsledovku, měl by si připravit všechny potřebné údaje o příjmech a výdajích. Investoři a věřitelé se pochopitelně zajímají o to, zda firma prosperuje. Výsledovka jim poskytuje bleskový pohled o rentabilitě daného podniku.³⁰

3.2.3. Cash Flow

Plán peněžních toků (cash-flow) patří k nejdůležitějším finančním analýzám. Udává informace o tom, kolik peněz každý den vstupuje do firmy a kolik z ní odchází ven. Tyto „toky“ podnikatelům říkají, jestli mají dostatek peněz na placení svých závazků nebo ne.

Plán peněžních toků neinformuje podnikatele o zisku firmy, ani nevypovídá o celkové hodnotě firmy – ta se objeví v rozvaze. Udává kolik peněz máme v bance, dá se říci, že je to

²⁹ ABRAMS, R., VALLONE, J. *Obchodní plán : Vytvořte ho správně a rychle!*. 1. vyd. Praha : Pragma, 2007, s. 142

³⁰ ABRAMS, R., VALLONE, J. *Obchodní plán : Vytvořte ho správně a rychle!*. 1. vyd. Praha : Pragma, 2007, s.

reálný obrázek firemní hotovosti. Ocení ho zejména firmy, které jsou závislé na sezonních výkyvech, podniky s velkým množstvím zásob a obchody, které prodávají na úvěr. Funkční firmy by měly při tvorbě plánu peněžních toků projít své minulé finanční záznamy a určit stávající příjmy a modely nákladů. Nově vzniklé firmy by měly provést srovnání s již zavedenými podniky a odvodit typické vzorce cash flow. Špatně sestavený odhad příjmů má jen velmi malý užitek. Je jen na podnikatelích, jak svědomití budou.

I v prosperující firmě může někdy nastat situace, že nebude mít v pokladně ani korunu. Z toho důvodu je doporučováno sledovat svoji rozvahu. Mnoho začínajících firem utratí více peněz, než vydělá. Například za nákup materiálu musí firmy zaplatit o měsíc dříve, než dostanou zaplacenou za hotové výrobky. Toto záludné zpoždění se pro některé podnikatele stává velkým problémem, a proto velké množství firem používá pro pokrytí finančních toků kontokorent.³¹

I malý podnik má velkou pravděpodobnost úspěchu, pokud bude svědomitě vést záznam o svém finančním vývoji a bude porovnávat své plány se skutečným stavem. V podnikatelském slangu se tato činnost nazývá „hospodaření podle rozpočtu“.³²

³¹ ABRAMS, R., VALLONE, J. *Obchodní plán : Vytvořte ho správně a rychle!*. 1. vyd. Praha : Pragma, 2007, s. 136

³² BLACKWELL, E. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha : Readers International Prague, 1993, s. 18

4. MARKETING

4.1. STRATEGICKÉ MARKETINGOVÉ PLÁNOVÁNÍ

Podle Vašítkové se marketingové prostředí neustále obměňuje a proto je strategické marketingové plánování považováno za nepřetržitý proces. Všechny firmy (výrobní, obchodní i neziskové) musí přemýšlet o své budoucnosti. Musí vyhledávat způsoby a cesty k budoucímu rozvoji v podmínkách dynamicky se rozvíjejícího prostředí. Některé firmy odmítají plánovat s vysvětlením, že už jsou dostatečně úspěšné i bez formálně zpracovaných plánů. Tyto úspěchy jsou často jen krátkodobé. Organizace jsou později zaskočené změnami na trhu, když nemají vypracovanou žádnou strategii a tak zanikají.

Strategické plánování je nástrojem pro budoucnost organizace. Plánování je v každé organizaci velmi prospěšné a důležité, vede management k tomu, aby se staral o budoucí vývoj a zdokonaloval jednotlivé složky v podniku.

Plánování

- pomáhá řídit činnosti, které zabezpečují dosažení cílů v určitém časovém úseku,
- stimuluje organizaci tak, aby pohotově reagovala na změny v prostředí,
- objevuje nové příležitosti na trhu.

Aby bylo plánování co nejefektivnější, musí se stát součástí celé organizace a musí být respektováno všemi zaměstnanci, kteří se starají o řízení firmy.

Strategické marketingové plánování definoval Kotler (1991) jako:

„Manažerský proces je vytváření a udržování rovnováhy mezi cíli a zdroji organizace a jejími měnícími se příležitostmi na trhu. Cílem strategického plánování je přizpůsobovat chování organizace a její produkty potřebám zákazníků s cílem rozvoje organizace.“³³

Strategické marketingové plánování dělíme do pěti hlavních etap:

- Analýza stávající tržní pozice organizace

³³ VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb : Efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 37

Odpovídá na otázku „kde jsme nyní“. Zabývá se zkoumáním tržního podílu organizace, sleduje velikost a vlastnosti trhů a hodnocení výrobků organizace zákazníky. Provádí tržní segmentaci – zjišťuje, jakým segmentům na trhu organizace slouží a bude sloužit. Můžeme říci, že je prováděna jako vnitřní marketingový audit. Analyzují se také vnější faktory, které obklopují organizaci (ekonomické, demografické, sociální, kulturní, technické a legislativní prostředí). Analýza se zajímá o zákazníky, dodavatele a konkurenci na daném trhu. Souhrnem všech těchto analýz vnitřních a vnějších faktorů je SWOT analýza.

- Stanovení cílů organizace a marketingových cílů

Odpovídá nám na otázku „čeho chceme dosáhnout“. Plán cílů je nástrojem, který si musí každá organizace vytvořit pro svůj správný chod. Nejprve je potřeba definovat **poslání organizace**. Vysvětlit důvod ke vzniku organizace a její význam z hlediska cílů a záměrů firmy. Příkladem poslání taneční školy je „vylepšování talentu a lásky k tanci“. Jednotlivé cíle podniku seskupené podle důležitosti vytvářejí tzv. **strom cílů**.

- Identifikace a hodnocení strategických alternativ

Odpovídá na otázku „jakým způsobem dosáhne organizace daných cílů“. V organizaci jsou pro dosažení cílů tvořeny různé **akční plány**. Tyto plány a jejich výběr je ovlivňován množstvím různých faktorů.

- Zavádění zvolené strategie

Odpovídá na otázku „jak se má organizace chovat při uskutečňování své strategie“. Poté co si organizace zvolí strategickou cestu k dosažení cílů, musí je realizovat. Po tomto výběru by měl následovat operační neboli taktický plán.

- Sledování a kontrola

Odpovídá na otázku „jestli organizace dosáhla svých cílů“. Kontrola a průběžné sledování jsou důležitou součástí strategického marketingového plánu. Zjišťuje se, jak organizace dostává svých cílů.³⁴

³⁴ VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb : Efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 37

4.2.SWOT ANALÝZA

Tato analýza byla vyvinuta již v 60. letech minulého století a dodnes úspěšně slouží firmám a podnikatelům.

Název je tvořen z počátečních písmen anglických slov:

S – *strenghts* (síla)

W – *weaknesses* (slabost)

O – *opportunities* (příležitosti)

T – *threats* (hrozby)³⁵

Analýza vnějšího prostředí (příležitosti/ohrožení)

Postup swot analýzy nejprve vychází ze zkoumání vnějšího prostředí podniku. Toto prostředí nazýváme makroprostředí, které se skládá z následujících složek: přírodní prostředí, ekonomické prostředí, politické a legislativní prostředí, demografické, technologické, kulturní a sociální prostředí. Cílem analýzy makroprostředí je tedy jednoznačně určení možných příležitostí pro strategické aktivity firem a identifikování možných ohrožení.

Analýza vnitřního prostředí

Vychází z analýzy externího a interního mikroprostředí firmy. **Externí mikroprostředí** je tvořeno: zákazníky, dodavateli, konkurencí, marketingovými prostředníky a veřejností.

Interní mikroprostředí pak představuje: výrobní, technické, technologické, finanční a jiné podmínky.

Rozhodující slovo pro zhodnocení síly nebo slabosti podniku má marketingová činnost projevující se navenek jednotlivými prvky marketingového mixu: produktem, cenou, distribucí, komunikačním mixem, lidmi, materiálním prostředím a procesy poskytování služeb.³⁶

³⁵ VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb : Efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 58

³⁶ VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb : Efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008, s. 62-65

5. PRAKTICKÁ ČÁST

5.1. Titulní strana



Název: Harmony Bodyworks, s.r.o.

Sídlo: Kvapilova 2578, 390 03 Tábor

Tel.: 774 448 754

E-mail: harmonybodyworks.tabor@seznam.cz

Web: www.harmonybodyworks.tabor.cz

Společníci: Diana Bálková, Jan Klejma

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání: masérské, rekondiční a regenerační služby, poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti fitness

V této části bakalářské práce nastíním konkrétní příklad podnikatelského záměru pro založení fitness/wellness podniku. Bude se jednat o společnost s ručením omezeným a vysvětlím, jaké důvody mne vedly ke zvolení právě této formy podnikání. Dále popíšu společníky, kteří podnik budou zakládat, jednotlivé služby, které bude podnik poskytovat, a provedu analýzu trhu. Nakonec sestavím finanční plán, který bude obsahovat zahajovací rozvahu a odhady příjmů a nákladů podniku.

5.2. Podnikatelský záměr

Předmětem podnikání společnosti Harmony Bodyworks bude poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti fitness, masérské, rekondiční a regenerační služby. Podnik bude založen jako společnost s ručením omezeným se dvěma společníky. Počáteční základní kapitál bude 2050 000 Kč a bude tvořen peněžitým vkladem 50 000 Kč a nepeněžitým vkladem (nemovitost v hodnotě 2 000 000 Kč).

Společnost s ručením omezeným se dá založit hned několika způsoby. Nejrychleji a nejvhodněji může podnikatel získat „eseróčko“ jednoduše tak, že si ho koupí od specializované firmy. Stačí pouze dojít na trh, vybrat si, zaplatit a do dvou dnů můžete podnikat. Tento způsob se nazývá **nákup ready-made společnosti**. V České republice i ve světě existuje velké množství firem, které se živí zakládáním společností a jejich prodejem. Jedná se o tzv. „prázdné společnosti“. Ready-made společnost je taková, která je zapsaná v obchodním rejstříku se splaceným základním kapitálem a je připravená k prodeji. Cena těchto společností se pohybuje okolo 40 000 – 60 000 Kč.

Druhý způsob založení je **s. r. o. šitá na míru**. Tento úkon trvá zhruba 2 – 3 týdny. Ale podnikatel má jistotu, že zakoupil společnost s „čistým štítem“. Specialista mu sestaví firmu dle jeho požadavků, například s vybraným názvem apod. Tato zlatá střední cesta se týká těch, kteří nechtějí běhat po úřadech a čekat dlouhé týdny na vyřízení žádostí. Budoucí podnikatel akorát předloží své záměry a předpoklady specialistovi na vyřízení, složí základní kapitál 200 000 Kč a nechá ho, aby za něj vše obstaral. Cena takto založené společnosti se může pohybovat od 25 000 – 35 000 Kč.

Seznam vybraných firem, které se zabývají výše uvedenými činnostmi je následující:

- AccArt,
- Easy Support,

- FIRMUS,
- SpolecnostiOnline.³⁷

My jsme se rozhodli, že naši společnost založíme vlastními silami. Celý proces se dá shrnout do dvou hlavních částí, a to je založení a vznik. Nejdůležitější listinou při zakládání společnosti s ručením omezeným je společenská smlouva (v případě více společníků). Musí mít formu notářského zápisu a obsahovat povinné náležitosti. Následující krok je výběr obchodní firmy, což je název, pod kterým bude naše společnost oficiálně vystupovat a dodatek označující právní formu. Pro naše wellness/fitness studio jsme se shodli na názvu Harmony Bodyworks, s. r. o. Pod tímto názvem budeme vystupovat na trhu. Dalším krokem je splacení vkladů. Správcem vkladu bude jeden ze společníků, který založí v bance účet, na který se vklady splatí. Jelikož budu vkládat nepeněžitý vklad, musí být jeho hodnota oceněna znalcem. Ještě předtím než společnost vznikne, je důležité, aby získala živnostenské oprávnění. Budeme tedy muset podat žádost na Živnostenském úřadě v Táboře o výpis z živnostenského rejstříku. Naše společnost s ručením omezeným vznikne až tehdy, kdy bude zapsána do obchodního rejstříku. Návrh na podání zápisu společnosti do OR musíme podat do 90 dnů od založení společnosti.

Po založení a vzniku společnosti budeme muset dodržet následující **povinné lhůty**:

- registrovat se do 8 dnů u místní správy sociálního zabezpečení a u zdravotních pojišťoven,
- do 30-ti dnů se registrovat u finančního úřadu.

5.3. Vize podniku

Základní vizí společnosti je vytvoření studia, které bude poskytovat komplexní služby v oblasti wellness a fitness. Služby budou poskytovány na nejvyšší úrovni kvality a zároveň i přes vysokou kvalitu budou cenově dostupné. Podstatou existence studia bude splnění přání a potřeb zákazníků. Jít nad očekávání, dát něco navíc je pro nás trvalou výzvou. O zákazníky budeme pečovat tak, aby se k nám rádi vraceli a přivedli s sebou i nové potenciální zákazníky.

³⁷ Euroekonom.cz [online]. poslední revize 2. 4. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW:

<<http://www.euroekonom.cz/podnikani-sro.php>>

5.4. Cíle podniku

Pro úspěch podnikání si musíme na začátku stanovit konkrétní cíle, kterých chceme dosáhnout. Jedním z nejpodstatnějších cílů bude vytvořit co největší zisk. Tento cíl bude dlouhodobý. Dalším důležitým cílem bude získat dobré jméno, stálou klientelu a stát se leaderem na trhu. Cíle rozdělíme z hlediska času na krátkodobé (jejich realizace bude provedena do 2 let) a na dlouhodobé (realizace se naplní za pět let a více).

Dlouhodobé cíle podniku:

- snažit se plnit přání a potřeby zákazníků, mít profesionální přístup a tím plnit jejich očekávání,
- vybudovat dobré jméno podniku,
- stát se leaderem na trhu, mít konkurenční výhodu,
- maximalizace zisku,
- návratnost investic,
- spokojení klienti,
- zisk,
- dobré jméno podniku.

Krátkodobé cíle podniku:

- zavést funkční systém,
- dosáhnout výnosu min. 1 mil. Kč v prvním roce,
- získávání zákazníků,
- splatit větší část úvěru,
- spokojení klienti.

5.5. Vedení společnosti

Společnost Harmony Bodyworks s. r. o. vznikne na základě iniciativy dvou společníků, kteří jsou několik let dobří přátelé. Díky získání dosavadních praktických i teoretických znalostí a zkušeností v tomto oboru věřím, že podnik má šanci na budoucí úspěch. Od založení podniku si slibujeme osamostatnění se, podnikání v blízkém oboru, prosazení se na trhu a vytvoření zisku. Jako společníci jsme se dohodli na rozdělení

svých funkcí. Pro první rok plánujeme přijmout pouze maséra a lektorku sálových lekcí. Postupem času a podle toho jak se firma bude dál vyvíjet budeme uvažovat o navýšení pracovníků, zejména bychom uvítali výživového poradce. Na zpracování účetnictví oslovíme externí účetní v Táboře.

5.6. Údaje o společnících

Diana Bálková

Jmenuji se Diana Bálková a jsem hlavní iniciátorka celého podnikatelského záměru. Narodila jsem se v roce 1990 v Táboře. Po absolvování Obchodní akademie a VOŠE v Táboře jsem začala studovat Vysokou školu evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích, obor Management a marketing služeb. V současné době dokončuji bakalářské studium na této škole. Během studia pracuji namátkově jako grafička v rodinném reklamním studiu Proeffect, s. r. o. Vzhledem k oboru, který studuji bych si ráda založila vlastní podnik a uplatnila tak své poznatky v praxi. Do podnikání vložím nemovitost v hodnotě 2. mil Kč, která bude po založení společnosti hlavní provozovnou.

Jan Klejma

Jako společníka jsem si vybrala svého dlouholetého přítele, který má velmi mnoho zkušeností, především ve fitness oboru a fyzioterapii. Narodil se v roce 1986 v Táboře a je občanem České republiky. Vystudoval Zdravotně sociální fakultu Ostravské Univerzity – obor fyzioterapie. Absolvoval mnoho kurzů (kurz Výživový poradce a sportovní dietolog, kurz Klasické masáže, kurz Reflexní masáže). V minulosti pracoval jako osobní trenér fitness a výživový poradce. Ve společnosti Harmony Bodyworks tak významně přispěje svými dosavadními zkušenostmi.

5.7. Produkty (popis služeb)

Společnost Harmony Bodyworks, s.r.o. chce svým klientům nabídnout služby v oblasti fitness, masérské a regenerační služby. V dalších odstavcích vyjmenuji poskytované služby a pokusím se je přesněji popsat.

Jak již bylo zmíněno výše, produktem této společnosti bude poskytování služeb v oblasti wellness a fitness. Pod těmito pojmy si v dnešní době lidé představí většinou jen místnost s posilovacími přístroji, činkami a masáží. To ale neznamená, že wellness fitness studio nám nemůže nabídnout mnohem více služeb. Proto se budeme snažit nasměrovat naši firmu tak, aby poskytovala co nejširší, ale zároveň nejvyužitelnější množství služeb a produktů. Naše produkty budou následující:

- **Posilovna**

Bude rozdělena na dvě části: kardio zóna a posilovna. Kardio zóna bude tvořena nejnovějšími kardio stroji řady Techno Gym s plasmovými TV, takže když klienty přestane bavit sledování jejich tréninku, mohou přepnout a vybrat si z nabídky 50 programů. Čas strávený cvičením jim tak bude ubíhat rychleji a příjemněji. K dispozici budeme nabízet tyto kardio stroje: běžící pás, lyže, stepper, kolo – klasické, veslařský trenažér.

Posilovna bude plně vybavena pro kvalitní trénink. Pro tvarování těla je nutný rozmanitý trénink, proto budeme nabízet několik druhů posilovacích strojů, doplněné volnými činkami, které umožní zpestřit tréninkový plán.

Při dotazníkovém šetření jsem zjistila, že oddělená posilovna by mohla výrazně zvýšit poptávku po fitness službách. Většina žen preferuje oddělené posilovny od smíšených. Proto jsem se rozhodla vyjít těmto požadavkům respondentek vstříc. V našem centru bude 2x týdně od 19 – 20 h vstup do posilovny pouze pro ženy. Tento krok může zvýšit poptávku po fitness službách.

Začínajícím klientům budeme doporučovat prvních pár tréninků absolvovat pod dozorem našeho profesionálního trenéra. Seznámí je se základními pravidly cvičení, poradí jim s výživou, sestaví cvičební program na míru a dodá jim správnou motivaci. Trénink pod vedením osobního trenéra není zbytečný přepych, jak se lidé často mylně domnívají, ale garance toho, že úsilí a čas strávený při cvičení je efektivní.

- **Zumba**

Zumba je v poslední době stále více oblíbená sportovní aktivita. Je vhodná pro všechny věkové kategorie. Kombinuje prvky aerobiku a tance za doprovodu latinsko-americké hudby. Ve španělském slangu slovo zumbare znamená bavit se, rychle se hýbat, pozvat někoho na party. A přesně taková zumba je. Nepřipadáte si, že jste někde v tělocvičně

a nutíte se do cvičení, ale že se dobře bavíte. Přitom účinně cvičíte a spalujete velké množství kalorií. Nemusíte být žádným skvělým tanečníkem, zumba je snadná a pohybujete se do rytmu hudby. Cílem zumbly je formovat postavu a přitom se dobře bavit.³⁸

- **Rope skipping**

Skákání přes švihadlo je známé již tisíce let. Název rope skipping zní neznámě, ale věřte, že jde o cvičení, kterému jste se pravděpodobně věnovali už v dětství. Toto cvičení patří mezi fyzicky náročnější cvičení, zejména na zatížení kloubního aparátu. Sportovci na celém světě využívají švihadla pro zlepšení své fyzické kondice. Toto cvičení je určeno pro zdravé cvičence. Probíhá v podobě různých sestav a postupně náročnějších přeskoků. Cvičení bude probíhat v prostorné tělocvičně a naši zákazníci si budou moci vybrat ze tří druhů švihadel. Provazová švihadla jsou vhodná pro úplné začátečníky, jsou pomalejší a zcela bezpečná, v případě chyby nezpůsobí šrám. Kabelová švihadla jsou určena pro zdatnější cvičence, jsou rychlejší a zakončená rukojetí, proto se lépe drží. Poslední typ jsou korálková švihadla, která budou určena pro začátečníky i pokročilé.

- **Jumping**

Toto cvičení představuje zábavné skákání na trampolínách pod vedením instruktora v doprovodu motivující hudby. Bude probíhat v tělocvičně jako rope skipping, ale místo švihadel budou mít zákazníci k dispozici profesionální trampolíny. Jumping je ideálním sportem pro formování postavy, má příznivý vliv na fyzickou kondici člověka a nespočetné množství dalších výhod. Toto cvičení je vhodné pro všechny věkové kategorie a díky odpruženým trampolínám nehrozí poškození kloubního aparátu.

- **Masáže**

Masáže nejsou určeny jen pro sportovce a lidi s bolestmi zad či svalů, jsou vhodné pro každého z nás. Pomáhají nám zbavit se stresu, uvolnit napětí, získat dobrou náladu a pomáhají celému organismu. Proto naše wellness centrum bude poskytovat výběr z těch nejžádanějších a nejkvalitnějších masáží tak, aby si mohl vybrat opravdu každý. Všechny

³⁸ Zumba Fitness.cz [online]. poslední revize 31. 3. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <
<http://www.zumba.com/en-US/about/>>

nabízené masáže (kromě čokoládové) budou prováděny kvalitními esenciálními oleji a krémy, které působí ještě několik hodin po masáži.

- **Klasická masáž**

Masáž, která odstraňuje únavu a posiluje regeneraci organismu. Pomáhá odstraňovat ochablost, ztuhlost, zkrácení a bolest svalů. Klienti si budou moci zvolit masáž celého těla, záda a šíje, horních končetin, dolních končetin anebo břicha.

- **Lávové kameny**

Masáž lávovými kameny je uvolňující relaxační masáž. K masírování se používají speciální vyhlazené lávové kameny prosycené mořskou solí. Před procedurou se kameny ohřejí ve speciální vodní lázni na teplotu kolem 40-55 stupňů Celsia. Masáž je vynikající relaxací a napomůže uvolnit celé tělo od stresu. V našem wellness studiu budeme nabízet klientům masáž lávovými kameny zad a masáž celého těla.³⁹

- **Sportovní masáž**

Sportovní masáž má za úkol prohřát svaly před nebo během tréninku. Provádí se rychle a silou. Po sportovním výkonu doporučujeme relaxační masáž. Klienti našeho fitness centra, kteří si zakoupí měsíční permanentku, získají jako bonus 50% slevu na sportovní masáž.

- **Thajská masáž**

Jedná se o systematickou tlakovou masáž od temene hlavy přes páteř a zádové svaly. Procedura začíná velmi příjemným promasírováním nohou, paží a jednotlivých prstů. Na závěr si při celkovém protažení připomenete, jak moc jste pružní. Nejedná se o klasickou masáž, která má uvolnit namožené svalstvo, ale o celkové psychické a fyzické uvolnění. Po masáži se budete cítit tak jako aktivní cvičenci jógy. Svým zákazníkům budeme nabízet

³⁹ Masěři.cz [online]. poslední revize 31. 3. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW:

<<http://www.maseri.cz/masaze/horke-lavove-kameny-hot-stone>>

tuto masáž v trvání 1,5 hod, aby byl účinek co nejdokonalejší. Labužníkům, kteří milují thajské masáže budeme doporučovat dvouhodinovou masáž.⁴⁰

- **Čokoládová masáž**

Stále více oblíbenou procedurou se stává čokoládová masáž. Při dotazníkovém šetření jsem zjistila, že tuto masáž preferuje více než polovina respondentů. Proto bych ráda poskytovala tuto službu ve své firmě. Dle odpovědí dotázaných věřím, že na ni budou pravidelně docházet ženy i někteří muži. Při této příležitosti by každý, kdo u nás zakoupí poukázku na čokoládovou či jinou masáž získal jeden kupon do posilovny zdarma.

Čokoládové masážní procedury jsou exkluzivní tělové kúry, které působí na všechny Vaše smysly. Jsou výborné na detoxikaci těla, na zpomalení procesu stárnutí a na získání dobré nálady (podporují tvorbu hormonu radosti - endorfinu). Patříte mezi ty, kteří sní celou čokoládu na posezení a pak mají špatné svědomí, že ublíží své štíhlé linii? Pak při čokoládové masáži můžete tyto starosti hodit za hlavu, nepřiberete ani gram! Čokoládová masáž bude probíhat jako jiné typy relaxačních masáží, ale s rozdílem, že o Vaši pokožku bude pečovat čokoláda. V naší firmě budeme poskytovat masáž zad a šíje teplou čokoládou a relaxační čokoládovou masáž celého těla.⁴¹

- **Masáž na míru**

Náročnější zákazníci, kteří si nevyberou z naší aktuální nabídky masérských služeb si budou moci sestavit svou individuální masáž na míru. Budou si moci prodloužit proceduru či zahrnout více masáží do jedné. Náš tým vyjde co nejvíce vstříc jejich přáním a požadavkům.

• **Sauna**

V dnešní době je saunování stále více populární pro své příznivé účinky na lidský organismus. Naše firma bude poskytovat dva typy saun. Klasickou suchou saunu, kterou budou moci využít všichni klienti bez zdravotních potíží. A druhou saunu – infrasaunu budou

⁴⁰ Maséři.cz [online]. poslední revize 31. 3. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW:

<<http://www.maseri.cz/masaze/thajska-masaz>>

⁴¹ Maséři.cz [online]. poslední revize 31. 3. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW:

<<http://www.maseri.cz/masaze/cokoladova-masaz>>

moci navštěvovat kardiaci, astmatici, děti, ale i lidé, kteří nesnesou vysoké teploty v klasických finských saunách.

- **Klasická suchá sauna**

Návštěva sauny má mnoho výhod. Nejen, že nám pomůže při přepracování a stresu a posiluje obranyschopnost organismu, ale také má blahodárné účinky na zdraví a kondici. Při saunování se prokrvuje a hydratuje pokožka a odstraňují se toxiny z těla. V sauně se uvolňují unavené svaly po fyzické zátěži, proto budeme poskytovat svým klientům slevu na vstup do sauny při zakoupení permanentky do posilovny.

Sauna se bude nacházet ve středně velké místnosti, kde budou mít klienti k dispozici sprchu na zchlazování a vířivku. Pro zvýšení spokojenosti našich klientů budeme poskytovat pitnou vodu zdarma nebo jiné nápoje za poplatek.

- **Infrasauna**

Hitem poslední doby se stala také infrasauna. Její hlavní výhoda spočívá v tom, že umožňuje saunování také kardiakům, astmatikům, alergikům a je vhodná také pro děti a pro ty, kteří těžce nesou pobyt v klasické sauně. Lékaři se shodují na blahodárných účincích infrasauny.⁴²

• **Vířivka**

V místnosti se saunou se bude nacházet vířivá vana, kterou budou moci využít zákazníci jako součást saunování, tak i samostatně. Vířivka je také vhodná nejen po saunování, ale i jako relaxace po jakémkoli tréninku. Ponoření se do teplé vody pomáhá tělu zbavit se stresu a napětí a uvolnit svaly.

• **Solná jeskyně**

Pobyt v solné jeskyni má blahodárné účinky na nemoci jako je astma, alergie a mnoho dalších. Jedna hodina v solné jeskyni má stejné zdravotní účinky jako tři dny u moře. Protože naše společnost bude zahrnovat služby, které se týkají zdraví a zdravého životního stylu, byla by škoda nepropagovat tento způsob léčení. Návštěvy solné jeskyně budeme

⁴² sauna-infrasauna.cz – Sauny a infrasauny [online]. poslední revize 3. 4. 2012 [cit. 3. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.sauna-infrasauna.cz/>>

doporučovat nejen lidem se zdravotními potížemi, ale také zákazníkům našeho fitness centra. Solná jeskyně pomáhá obnovit minerály po vyčerpávajícím tréninku.⁴³

5.8. Analýza trhu

Naším hlavním cílem je uspokojování zákazníků a jejich přání a potřeb. Abychom mohli tyto přání a potřeby splnit, musíme detailně prozkoumat trh, na kterém bude naše společnost působit. Musíme zjistit, o jaké služby bude největší zájem a také jim přiřadit odpovídající ceny. Proto musíme provést analýzu trhu a následně i vyskytující se konkurenci.

Naše firma se bude nacházet v jihočeském regionu, v husitském městě Tábor. V této lokalitě se objevuje jen menší množství fitness center, které nejsou ještě zaběhlé a nemají rozsáhlé množství služeb. Wellness centrum v Táboře není prakticky žádné. Masáže a rehabilitační služby poskytují jen soukromí podnikatelé nebo zdravotnická zařízení. Tato mezera na trhu může znamenat předpovídající úspěch našeho podnikání. Nebo také neúspěch. Proto důkladně provedeme analýzu cílové skupiny a požadavků zákazníků a analýzu konkurence. Je pro nás ale důležité znát jak to v těchto centrech chodí a také požadavky zákazníků, kteří je navštěvují.

Podíváme se tedy na analýzu konkurence a požadavky zákazníků.

5.8.1. Konkurence

Nejprve si jasně stanovím, která fitness a wellness centra jsou pro nás významnými konkurenty. Pro dokonalejší analýzu jsem osobně navštívila jednotlivé podniky a vyzkoušela jejich služby, abych získala co nejvíce informací. Při tomto průzkumu jsem nehodnotila konkurenci pouze za svou osobu, ale osobně jsem se dotazovala na názory a spokojenost ostatních klientů s těmito firmami. Soustředila jsem se na následující wellness a fitness centra v Táboře.

⁴³ Solné-jeskyně.info – Solné jeskyně [online]. poslední revize 3. 4. 2012 [cit. 3. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.solne-jeskyne.info/>>

- **Fitness:**

- a) **OC Fitness Slunce**

Zatím mezi největší fitness/wellness centra v Táboře patří OC Fitness Slunce. Toto centrum nabízí posilovnu, skupinové lekce spinningu, saunu, solárium a prodej doplňků výživy. Na trhu působí teprve krátkou dobu (otevřeno před rokem). S kvalitou služeb a vybavení je většina klientů spokojená, fitness je moderně vybavené a snaží se mít dobrou image. Největším kamenem úrazu je zavedené vstupné a nutnost podepsat smlouvu o členství, když zákazník chce využívat slevových výhod. Proto, když naše firma bude poskytovat zajímavější ceny pro zákazníky, mohli by přejít k nám.

- b) **Fitness Dagmar Kosíková**

Tato společnost nabízí svým klientům jen služby v oblasti fitness a sportovních masáží. Ceny jsou vyšší, dokonce nejdražší v celé oblasti. Ne každý si může dovolit takové výdaje za dřinu v posilovně.

- c) **Fitness na sadech**

Tato firma nabízí svým zákazníkům pouze menší posilovnu. Ceny za vstupné jsou velmi výhodné – jen 40 Kč za vstup. Ale posilovna je zaměřena spíše pro mužskou klientelu. Na rozdíl od naší společnosti, která se bude snažit poskytnout dostatek vybavení a služeb pro obě pohlaví. Proto Fitness na sadech neshledávám za tolik významného konkurenta.

- d) **Relax – hotel u Drsů**

Centrum Relax je součástí hotelu U Drsů na okraji Tábora. Poskytuje svým zákazníkům posilovnu, saunu, vířivku, solárium a solnou jeskyni. Wellness služby jsou poskytovány zejména hotelovým hostům. Posilovna je vybavena základními stroji, které bohužel nejsou příliš udržovány. Prostory jsou menší a místnost není vhodně klimatizována, takže při cvičení více jak 5ti lidí je zde špatný vzduch a málo místa pro cvičení. Toto centrum je spíše vhodné jen pro ubytované hosty.

- e) **Fitness Slovan**

Fitness Slovan je na táborském trhu poměrně dlouho a držel si dobré jméno. Při nedávné návštěvě jsem bohužel zjistila, že už tomu tak není. Centrum koupil nový majitel a zavedl jiné služby a ceny.

Velmi důležitým faktorem, který je třeba analyzovat je cena služeb konkurence. V tabulce č. 1 uvádím srovnání jednotlivých vybraných podniků.

Tabulka 1 - Porovnání cen fitness center

Fitness centrum	Cena za 1 vstup	Cena za 10 vstupů	Hodina s osobním trenérem
OC Fitness Slunce	90,00 Kč	650,00 Kč	300,00 Kč
FitnessDagmar Kosíková	110,00 Kč	800,00 Kč	500,00 Kč
Fitness na sadech	40,00 Kč	295,00 Kč	300,00 Kč
Relax – hotel u Dršů	65,00 Kč	495,00 Kč	-

- **Wellness:**

Nabídka wellness služeb v Táboře a okolí je nedostatečná. Proto jsem se zaměřila na založení nejen fitness, ale i wellness centra. Pokud chce někdo z Tábora jít na masáž, musí se obrátit jen na kosmetické salony, které tyto služby zde poskytují. Masérské služby ale nejsou jedinou činností kosmetických salonů. Takže při snaze objednat se na masáž, musíte doufat, že kosmetička bude mít na Vás čas. V některých případech se můžete objednat dokonce až za měsíc. V našem wellness studiu budeme mít alespoň dva maséry, takže se klientům budou moci věnovat více a přizpůsobí se jejich časovým možnostem. Níže jsem uvedla dva příklady wellness konkurentů v Táboře a jejich stručný popis.

- **Hotel Dvořák**

Hotel se nachází v historickém centru Tábora. Poskytuje řadu wellness služeb, ale jen pro své ubytované hosty. Domnívám se, že lidé z Tábora i vzdálenějšího okolí si raději zakoupí masáž bez pobytu. Proto Hotel Dvořák neshledávám za příliš významného konkurenta v této oblasti.

- **Radka Krejčová**

Paní Radka Krejčová nabízí svým zákazníkům především kosmetické služby. Ve své nabídce již zavedla také masáže, ale ne v takovém rozsahu, jako bude mít naše studio.

5.8.2. Cílová skupina

Wellness – fitness studio Harmony Bodyworks se bude zaměřovat na všechny skupiny klientů. Jak klienti, kteří budou ochotni si připlatit za nadstandardní péči, tak si na své zde přijdou i studenti a lidé s nižšími příjmy. Pro studenty a zdravotně postižené bude vytvořen speciální ceník.

5.9. Marketing

Marketing je pro podnik velice důležitý. Napomáhá nám, abychom se stali úspěšnými. Naším nejdůležitějším nástrojem marketingu bude reklama, která by nám měla napomoci získat stálé zákazníky a vysokou návštěvnost.

5.9.1. Marketingové cíle

Nejdůležitějším cílem našeho podniku bude dosahovat zisku. Abychom dosahovali zisku a neztráceli, budeme si muset vytvořit takové prostředí, které nám zaručí stálou klientelu. Dalším cílem bude splatit dluh, který firma předpokládá v podobě úvěru od banky na začátku podnikání. V průběhu celého podnikání si bude firma tvořit dobré jméno a stane se tak leaderem na trhu. Proto, abych dosáhla těchto cílů, musím co nejlépe zpracovat obchodní a cenovou strategii spojenou s podporou prodeje.

5.9.2. Obchodní strategie

Na začátku podnikání naší důležitou strategií bude masová reklama. Ještě před zahájením podniku chceme informovat všechny potenciální budoucí klienty o službách, které budeme nabízet. Podrobné informace o reklamní kampani uvádím v subkapitole Podpora prodeje (viz níže). Strategií podniku Harmony Bodyworks bude prostřednictvím reklamy získat co nejvíce počátečních zákazníků, případně docílit toho, aby zákazníci konkurence přešli do naší společnosti.

5.9.3. Cenová strategie

Naše společnost bude při volbě vhodných cen služeb vycházet především z požadavků na trhu a bude se snažit co nejvíce přizpůsobit zákazníkům. Bude se přizpůsobovat jednotlivým sociálním skupinám. Zvýhodněné ceny a výhody budou mít studenti středních a vysokých škol. Druhou skupinou budou zdravotně postižení lidé, na které se budou také vztahovat veškeré slevy a výhody. Nejdůležitějším faktorem pro tvorbu cen bude konkurence. Můžeme tedy říci, že naše společnost bude nabízet služby za takové ceny, aby co nejvíce uspokojila přání zákazníků a zároveň zůstala konkurenceschopnou. Budeme nabízet nižší ceny než konkurence. Budeme se snažit o minimalizaci nákladů a maximalizaci svého zisku.

5.9.4. Podpora prodeje

Jedním z nejdůležitějších marketingových nástrojů je podpora prodeje. Čím lepší a větší bude, tím lépe a rychleji dosáhneme svých vytyčených cílů. V dnešním světě je velké množství prostředků. Pro náš podnik budeme vycházet z následujících forem:

- **Webové stránky**

V dnešní době má každý úspěšný podnik své vlastní internetové stránky, které poskytují zákazníkům informace o službách, cenách, kontaktech a mnoho dalších informací. Proto na internetové stránky budeme klást velký význam, aby obsahovaly potřebné informace pro zákazníky a tvořily celkově dobrou image podniku. Abychom ušetřili náklady na jejich tvorbu, vytvoříme si je osobně.

- **Reklama na sociálních sítích**

Aby se o našich službách dozvědělo co nejvíce lidí a mohli si detailně prohlédnout co se u nás právě děje, zavedeme si profil na sociální síť Facebook, který je v dnešní době stále více populární. Na naší zdi pak budeme zákazníky informovat o aktuálním dění v centru Harmony Bodyworks. Budeme pořádát různé akce pro spřátelené zákazníky a zavedeme anketu, jak jsou nyní spokojeni se současným vybavením a celkovými službami našeho podniku.

- **Využití billboardů v Táboře**

Reklamní billboardy umístěné na viditelných místech u hlavních silnic, kde denně projede nespočetné množství lidí by nám mohly pomoci přilákat nejen místní tábořské obyvatelstvo, ale také zákazníky z jiných regionů. Jako vhodné místo pro umístění billboardu považuji Soběslavskou ulici před McDonalidem, kde každý den projíždí velké množství lidí z Českých Budějovic a okolí do Prahy.

Při výrobě veškeré tištěné reklamy (billboardy, bannery, letáky, plakáty aj.) budeme spolupracovat s rodinnou firmou Pro-effect, s.r.o., která nám poskytne reklamu za nákupní ceny. Abych minimalizovala náklady na reklamu, tak si zhotovím grafické návrhy a úpravy jako jednatelka společnosti Harmony Bodyworks, s.r.o. sama, protože se již několik let věnuji práci v grafických programech. Ušetříme tak velké množství peněz, které budeme moci využít např. na nákup fitness vybavení.

- **Využití světelné tabule**

Další formou reklamy, kterou bychom mohli využít je světelná tabule v Táboře na Křižíkově náměstí. Hlavní výhody světelných tabulí jsou, že uspoří čas a nenesou žádné náklady na tisk – spot se může jednoduše změnit a aktualizovat dle potřeby každý den.

- **Reklama v rádiu**

Pro oslovení potenciálních klientů využijeme reklamu v rádiu Kiss Jižní Čechy, které má posluchače v celém regionu. O našem podniku se tak mohou dozvědět lidé nejen z Tábora, ale i z Českých Budějovic, Písku, Strakonice, Jindřichova Hradce

Navíc pro přilákání více zájemců vyhlásíme v rádiu zajímavou soutěž. Prvních 500 zákazníků, kteří navštíví naše wellness/fitness studio a zakoupí si nějakou z nabízených služeb bude moci vyhrát automobil Volkswagen Golf na celý víkend.

- **Reklama prostřednictvím letáků a plakátů**

Bude se jednat o výlep letáků na viditelná místa a informační tabule v Táboře. Místa bych volila podle toho, kde se vyskytuje nejvíce lidí. Na vlakovém a autobusovém nádraží, tábořské Kino Svět, nemocnice, v kadeřnictvích, v lékařských ordinacích

- **Osobní návštěva středních škol a firem – rozdávání letáků**

Další krok jak být úspěšní a rozšířit svoji kampaň je osobní kontakt. Výhoda osobního setkání spočívá v tom, že budoucí potenciální zákazník může položit otázku a ihned

se dozvědět veškeré odpovědi na jeho dotazy. Rádi a ochotně poskytneme vyčerpávající informace o našem podniku.

- **Reklama na automobilech a na vozidlech MHD**

Každý den se většina lidí přepravuje do práce, do školy nebo jinam automobilem či městskou hromadnou dopravou. Toto umístění reklamy je taktické. Všimne si jí každý, ať chce nebo ne. Reklama by měla být poutavá pro oči a mít zajímavý design, tak aby upoutala potenciální zákazníky. Je důležitá velikost písma a barvy, které pro ni zvolíme.

- **Šíření reklamy přes přátele, známé**

Tento způsob reklamy může zajistit již počáteční přátelství mezi klienty a rychleji si tak získat dobré jméno podniku. Navíc naši přátelé mohou náš podnik doporučit zase svým přátelům a známým a to nám velice pomůže v rozšiřování naší kampaně.

- **Reklama na sportovních akcích**

V Táboře je několik sportovních klubů (HC Tábor, FK Tábor, Atletický klub tábor), tyto kluby pořádají různé zápasy a turnaje kam přijde velké množství lidí. Proto se zaměříme také na oslovování lidí na těchto akcích

5.10. SWOT ANALÝZA

Společnost Harmony Bodyworks s. r. o. bude zajišťovat kvalitní služby v oblasti wellness a fitness za přijatelné ceny, bude se spoléhat hlavně na kvalifikovaný personál a špičkové vybavení. Největší slabinou jsou jen malé zkušenosti s podnikáním zakladatelů společnosti. Příležitosti vidím v rostoucím zájmu o fitness a zdravý životní styl. Za největší hrozbu považuji vznik nové konkurence s podobnou tematikou, která by mohla významně ohrozit naši firmu.

Tabulka 2 - SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
kvalifikovaný personál	v lokalitě chybí kvalitní maséři
ceny	slabší zkušenosti v oblasti podnikání
nové moderní vybavení (široký výběr posilovacích strojů, příjemné prostředí)	
široký sortiment doplňujících služeb (výživové poradenství)	
lokalita v blízkosti centra	
Zumba je nyní populární a nevyžaduje větší propagaci	
Příležitosti	Hrozby
růst populace	potenciální konkurence ze strany nově zavedených konkurentů
klubové akce	instruktorka Zumby v místní tělocvičně je bezkonkurenčně levná, za lekci vyžaduje jen 45 Kč
soutěže	ekonomický pokles
životní styl	živelné pohromy

5.11. Finanční plán

Počáteční kapitál bude tvořen těmito vklady společníků:

Tabulka 3 - Vklady společníků

Jméno a příjmení		Diana Bálková
Bydliště		
Vklad (nemovitost)		2 000 000,-
Jméno a příjmení		Jan Klejma
Bydliště		
Vklad (peníze)		50 000,-
Celkem nepeněžité vklady		2 000 000,-
Celkem peněžité vklady		50 000,-
Celkem základní kapitál		2050 000,-

5.12. Počáteční rozvaha

Tabulka 4 - Rozvaha

AKTIVA		PASIVA	
Dlouhodobá aktiva		Vlastní kapitál	
Nemovitost	2000 000,-	Základní kapitál	2 050 000,-
Cvičící stroje	350 000,-	Cizí kapitál	
Oběžná aktiva		Bankovní úvěr	1 000 000,-
BÚ	700 000,-		
Celkem	3 050 000,-		3 050 000,-

5.13. Zaměstnanci a jejich mzdy

Vzhledem k tomu, že jsem si vybrala podnik zabývající se wellness a fitness službami, musím mít zaměstnance, kteří se dobře postarají o naše klienty. Rozhodli jsme se, že v prvním roce ve společnosti budeme pracovat oba společníci a k tomu najmeme maséra a instruktorku sálových lekcí. Všichni budou mít stejnou mzdu.

Tabulka 5 - Výpočet čisté mzdy (dle právní úpravy 2012)

Celková hrubá mzda zaměstnance	15 000,00 Kč
Zdravotní pojištění zaměstnance (4,50 %)	675,00 Kč
Sociální pojištění zaměstnance (6,50 %)	975,00 Kč
Daňový základ ("superhrubá mzda"), zaokrouhl.	20 100,00 Kč
Daň před slevami a daňovým zvýhodněním	3 015,00 Kč
Slevy a daňové zvýhodnění celkem	2 070,00 Kč
Výsledná daň (+) / daňový bonus (-)	945,00 Kč
ČISTÁ MZDA ZAMĚSTNANCE	12 405,00 Kč

Tabulka 6 - Výpočet nákladů zaměstnavatele

Celková hrubá mzda	15 000,00 Kč
Zdravotní pojištění zaměstnavatele (9,00 %)	1 350,00 Kč
Sociální pojištění zaměstnavatele (25,00 %)	3 750,00 Kč
NÁKLADY ZAMĚSTNAVATELE	
CELKEM	20 100,00 Kč

Tabulka 7 - Celkové mzdové náklady

Za měsíc	Za rok
80 400,00 Kč	9640,00 Kč

5.14. PLÁNOVANÉ PŘÍJMY

5.14.1. Příjmy z provozu posilovny

Cena za návštěvu posilovny bude 70 Kč. Denně posilovnu navštíví průměrně 30 lidí. Tyto údaje vycházejí z osobních zkušeností získaných při návštěvách podobných center.

Tabulka 8 - Celkové příjmy z provozu posilovny

Za měsíc	Za rok
63 000,00 Kč	756 000,00 Kč

(2100*30)

(63 000*12)

5.14.2. Příjmy ze sálových lekcí

- **Zumba**

Cena za jednu hodinu cvičení bude 75 Kč. Zumba se bude cvičit pondělí – čtvrtek a každou neděli od 19 do 20 h. Kapacita tělocvičny bude až pro 40 lidí. Zumba je v dnešní době velmi oblíbenou sportovní aktivitou, tak budeme předpokládat s plnou účastí.

Tabulka 9 - Celkové příjmy ze sálových lekcí

Za měsíc	Za rok
60 000,00 Kč	720 000,00 Kč

- **Rope skipping**

Rope skipping bude probíhat ve stejné tělocvičně jako Zumba, kapacita bude tedy také pro 40 lidí. Cena jedné lekce bude 70 Kč a bude probíhat každou sobotu a pátek od 18 do 19 hodin. Protože je to poměrně nová aktivita, budeme zpočátku předpokládat účast 20 lidí na jednom cvičení.

Tabulka 10 - Celkové příjmy za Rope skipping

Za měsíc	Za rok
11 200,00 Kč	134 400,00 Kč

- **Jumping**

Hodiny jumping budou probíhat v malém sále 3x týdně od 18 h do 19 h. Každá lekce bude stát 80 Kč. Sál bude vybaven 20 profesionálními trampolínami. Jelikož je toto cvičení v Táboře velmi oblíbené, budeme předpokládat s plnou účastí.

Tabulka 11 - Celkové příjmy za Jumping

Za měsíc	Za rok
19 200,00 Kč	230 400,00 Kč

Tabulka 12 - Celkové příjmy ze sálových lekcí

Za měsíc	Za rok
90 400,00 Kč	1 084 800,00 Kč

5.14.3. Příjmy z wellness centra

- **Masáže**

Klienti si budou moci vybrat z několika druhů masáží a navolit si i délku procedury. Nedá se tedy přesně odhadnout, jaké budou tržby za masáže. Následující údaje jsou velmi zkrácené a odvozené od zkušeností jiných wellness center.

Tabulka 13 - Odhad celkových příjmů z masáží

Za měsíc	Za rok
62 500,00 Kč	750 000,00 Kč

- **Sauna**

Pronájem jedné hodiny sauny (max 6 lidí) bude 600 Kč . Odhadujeme minimálně 8 rezervací za týden. Tato úvaha je spíše pesimistická, ale za předpokladu, že do sauny chodíme výhradně v zimních měsících se nedá blíže určit celkový příjem za rok.

Tabulka 14 - Celkové příjmy ze sauny

Za měsíc	Za rok
19 200,00 Kč	230 400,00 Kč

- **Vířivka**

Pronájem vířivky na jednu hodnu (max 6 lidí) bude 600 Kč. Při 8 rezervacích týdně, budou příjmy obdobné jako u sauny.

Tabulka 15 - Celkové příjmy za vířivku

Za měsíc	Za rok
19 200,00 Kč	230 400,00 Kč

Tabulka 16 - Tabulka měsíčních a ročních příjmů za všechny služby

Služba	Měsíční příjem	Roční příjem
Posilovna	63 000,00 Kč	756 000,00 Kč
Zumba	60 000,00 Kč	720 000,00 Kč
Rope skipping	11 200,00 Kč	134 400,00 Kč
Jumping	19 200,00 Kč	23 400,00 Kč
Masáže	62 500,00 Kč	750 000,00 Kč
Sauna	19 200,00 Kč	230 400,00 Kč
Vířivka	19 200,00 Kč	230 400,00 Kč
	254 300,00 Kč	2 844 600,00 Kč

5.15. ODHAD NÁKLADŮ

5.15.1. Plánované náklady

- **Vstupní náklady**

K vstupním nákladům můžeme zařadit poplatky za notářské služby spojené se založením společnosti, poplatky za pořízení živnostenských oprávnění a poplatek za zápis společnosti do OR. Pořízení fitness strojů a vybavení wellness studia. Náklady na pořízení budovy nejsou, protože vložím do podnikání vlastní budovu, která se stane provozovnou.

Tabulka 17 - Kalkulace vstupních nákladů v roce 2012

Vstupní náklady	Rok 2012
Poplatky notáři	5000
Poplatky za živnostenské listy	2000
Poplatek za zápis společnosti do OR	5000
Cestovné	1000
	13000

- **Provozní náklady**

Náklady pro provoz podniku jsou:

- Náklady na spotřebu elektrické energie
- Náklady za vodu
- Telekomunikační náklady (internet, telefon)
- Náklady za reklamu
- Mzdové náklady

Tabulka 18 - Kalkulace provozních nákladů

Položka	Za měsíc	Za rok
Elektřina	5 486,25	65 835
Voda	1 800	21 600
Telefon	500	6 000
Internet	250	3000
Reklama	10 000	120 000
Mzdové náklady	80 000	960 000
Celkem	98 036,25	1 176 435

Tabulka 19 - Kalkulace spotřeby el. energie pro podnik Harmony Bodyworks

Spotřebič	kWh / den	kWh / měsíc
Ohřev vody	10	300
Přímotop	9	180
Sauna	10	300
Vířivka	3	90
Vysoušeč vlasů	2	60
Svítlidla	4	120
Pračka	1,5	45
Drobné spotřebiče	2	60
	39,5	1155

Elektřina

1155 kWh x 4,75 Kč = 5 486,25 Kč

Voda⁴⁴

Cca 1,2 m³ / den x 30 = 36 m³

⁴⁴ Zbynekmlcoch.cz – Cena elektřiny za kWh [online]. poslední revize 17. 4. 2012 [cit. 17. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.zbynekmlcoch.cz/informace/texty/penize-finance-ekonomika/cena-elekriny-za-kwh-cena-plynu-za-m3-cena-vody-za-m3>>

36 m³ x 50 Kč = **1800 Kč**

Celkem energie za měsíc : 7.286, 25 Kč

POŘIZOVACÍ NÁKLADY

Jako počáteční zdroj financování na nákup potřebného vybavení jsem zvolila bezúročný úvěr v Programu START. Cílem tohoto programu je umožnit uskutečnění podnikatelských záměrů začínajícím podnikatelům. Doba splatnosti tohoto úvěru je omezena na 7 let. Bezúročný úvěr je pro právnickou osobu s více společníky maximálně 1,5 mil. Kč.

Posilovna

Úprava prostor (vymalování, koberce, stavební úpravy...)

50 000 ,- Kč

Vybavení (osvětlení, aparatura) **15 000,- Kč**

Posilovací stroje **350 000,- Kč**

Zumba, Jumping, Rope skipping

Úprava prostor (vymalování, podlahy, zrcadla, aparatura) **50 000**

Cvičící pomůcky (švihadla, podložky, trampolíny), (1 500 + 8 000 +40 000) **49 500**

Sauna

Vybudování sauny **300 000**

Vybavení

(lednice, bar, barové židle, sklenice, šálky, dekorace, sociální zařízení...) **100 000**

Tabulka 20 - Bilance před začátkem podnikání

Úprava prostor	100 000,00 Kč	Bezúročná půjčka	914 500,00 Kč
Vybavení	164 500,00 Kč		
Posilovací stroje	350 000,00 Kč		
Vybudování sauny	300 000,00 Kč		
CELKEM	914 500,00 Kč	CELKEM	914 500,00 Kč

Výkaz zisků a ztrát

Celkové výnosy **2 844 600,00 Kč**

Celkové náklady **1 176 435,00 Kč**

Rozdíl (hrubý zisk) **1 668 165 Kč**

KONEČNÁ ROZVAHA

Tabulka 20 - Konečná rozvaha

AKTIVA		PASIVA	
Dlouhodobá aktiva		Vlastní kapitál	
Nemovitost	2 000 000,-	Základní kapitál	2030 000,-
Cvičící stroje	350 000,-	Rezervní fond	20 000,-
Oběžná aktiva		HV	
BÚ	1 658 165,-	Cizí kapitál	
Pokladna	10 000,-	Bankovní úvěr	300 000,-
Celkem	4 018 165,-	Celkem	4 018 165,-

ZÁVĚR

„Nic není tak jednoduché, jak se to na první pohled zdá“.

Na závěr této práce mohu konstatovat, že její cíle byly naplněny. Byly vypracovány jednotlivé analýzy spojené se založením společnosti s ručením omezeným a následně byl vypracován podrobný podnikatelský záměr. Z toho vyplynulo, že založení podniku není jednoduchý krok. S podnikatelskou činností souvisí řada povinností, problémů a rizik. Pokud chce být podnikatel úspěšný, musí tyto problémy umět zvládat, volit správné strategie. Musí umět plánovat a předpovídat situace. Musí se vždy podrobně seznámit s trhem, na který hodlá vstoupit a eliminovat rizika. Podnikatel nikdy nemůže na trh vstupovat, aniž by měl předem získanou analýzu tržního prostředí. Ta mu poskytuje informace o konkurenci, cenách a o preferencích zákazníků.

Velký význam přikládám marketingu. Ačkoli je v mnoha malých firmách podceňován, domnívám se, že jeho podstata je pro podnik velmi důležitá. Pomáhá podnikům zajistit rozvíjení svých činností. Každý podnikatel přichází se svými produkty a službami a potřebuje je vhodně dostat ke svým zákazníkům.

Na závěr této bakalářské práce bych ráda podotkla, že pro mne byla velmi přínosnou a dozvěděla jsem se díky ní praktické informace o zakládání podniku v reálném světě. Zhodnotila jsem všechny faktory a mohla jsem si vyzkoušet přímou aplikaci teoretických aspektů do praxe. Motto „Nic není tak jednoduché jak se to na první pohled zdá“ považuji za velmi výstižné.

Podnikatelský záměr, který jsem navrhla v praktické části této práce může být vodítkem pro začínající podnikatele s podobnými nápady. Nebo pro ostatní, kteří se o toto téma také zajímají.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Literární zdroje

1. SYNEK, M. *Manažerská ekonomika*. 3. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha : Grada, 2003. 466 s. ISBN 80-247-0515-X.
2. VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha : Grada, 2008. 311 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
3. VEBER, J. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.
4. ABRAMS, R., VALLONE J. *Obchodní plán : vytvořte ho správně a rychle!*. Praha : Pragma, 2007. 189 s. ISBN 978-807-3490-522.
5. BLACKWELL, E. *Podnikatelský plán*. Praha : Readers International Prague, 1993. 134 s. ISBN 80-901-4541-8.
6. WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Vyd. 1. Praha : Management Press, 2003. ISBN 80-726-1075-9.
7. VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha : Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.
8. SYNEK, M. *Podniková ekonomika*. 4. přeprac. a dopl. vyd. Praha : C. H. Beck, 2006. 475 s. ISBN 80-717-9892-4.
9. PATÁK, M., R. *Podnikový finanční management*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 2006. 234 s. ISBN 80-859-7052-X.
10. BLAŽKOVÁ, M. *Jak využít internet v marketingu: krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 156 s. ISBN 80-247-1095-1.
11. SVOBODA E., BITTNER L., SVOBODA P. *Moderní přístupy v řízení podniků v novém podnikatelském prostředí*. 1. vyd. Praha : Professional publishing, 2006. 220 s. ISBN 80-869-4612-6.
12. MCKEEVER, P. *How to write a business plan*. 10th ed. Berkeley, CA: Nolo, c2010. 273 s. ISBN 14-133-1297-7.
13. COVELLO, A., HAZELGREN, B. *Your first business plan: a simple question-and-answer format designed to help you write your own plan*. 5th ed. Naperville, Ill.: Sourcebooks, 2005. 243 s. ISBN 14-022-0412-4.
14. STUNA, S. *Obchodní zákoník s podrobným komentářem pro právní a podnikatelskou praxi*. Praha : Trizonia, 1992. 605 s. ISBN 80-900-9534-8.

Elektronické zdroje

1. Vše o s.r.o. [online]. poslední revize 16. 4. 2012 [cit. 16. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.e-sro.cz/vyhody-spolecnosti-sro.htm>>
2. Business center.cz [online]. poslední revize 10. 4. 2012 [cit. 10. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/zalozeni.aspx>>
3. Webdesign: Josef Zemánek, Libor Jelínek – Euroekonom [online]. poslední revize 2. 4. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.euroekonom.cz/podnikani-sro.php>>
4. Euroekonom.cz [online]. poslední revize 2. 4. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.euroekonom.cz/podnikani-sro2.php>>
5. Zumba Fitness.com [online]. poslední revize 31. 3. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.zumba.com/en-US/about/>>
6. Masěři.cz [online]. poslední revize 31. 3. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.maseri.cz/masaze/horke-lavove-kameny-hot-stone>>
7. Masěři.cz [online]. poslední revize 31. 3. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.maseri.cz/masaze/thajska-masaz>>
8. Masěři.cz [online]. poslední revize 31. 3. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.maseri.cz/masaze/thajska-masaz>>
9. Masěři.cz [online]. poslední revize 31. 3. 2012 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.maseri.cz/masaze/cokoladova-masaz>>
10. Solné-jeskyně.info – Solné jeskyně [online]. poslední revize 3. 4. 2012 [cit. 3. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.solne-jeskyne.info/>>
11. Sauna-infrasauna.cz – Sauny a infrasauny [online]. poslední revize 3. 4. 2012 [cit. 3. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.sauna-infrasauna.cz/>>
12. Zbynekmlcoch.cz – Cena elektřiny za kWh [online]. poslední revize 17. 4. 2012 [cit. 17. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.zbynekmlcoch.cz/informace/texty/penize-finance-ekonomika/cena-elektřiny-za-kwh-cena-plynu-za-m3-cena-vody-za-m3>>

SEZNAM ZKRATEK

a. s. – akciová společnost

BÚ – bankovní účet

fo – fyzická osoba

OR – obchodní rejstřík

po – právnická osoba

s. r. o. – společnost s ručením omezeným

zk – základní kapitál

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 - Porovnání cen fitness center	40
Tabulka 2 - SWOT analýza.....	45
Tabulka 3 - Vklady společníků	45
Tabulka 4 - Rozvaha	46
Tabulka 5 - Výpočet čisté mzdy (dle právní úpravy 2012).....	46
Tabulka 6 - Výpočet nákladů zaměstnavatele.....	47
Tabulka 7 - Celkové mzdové náklady.....	47
Tabulka 8 - Celkové příjmy z provozu posilovny.....	47
Tabulka 9 - Celkové příjmy ze sálových lekcí.....	47
Tabulka 10 - Celkové příjmy za Rope skipping.....	48
Tabulka 11 - Celkové příjmy za Jumping	48
Tabulka 12 - Celkové příjmy ze sálových lekcí.....	48
Tabulka 13 - Odhad celkových příjmů z masáží.....	49
Tabulka 14 - Celkové příjmy ze sauny.....	49
Tabulka 15 - Celkové příjmy za vířivku	49
Tabulka 16 - Tabulka měsíčních a ročních příjmů za všechny služby.....	49
Tabulka 17 - Kalkulace vstupních nákladů v roce 2012	50
Tabulka 18 - Kalkulace provozních nákladů.....	51
Tabulka 19 - Kalkulace spotřeby el. energie pro podnik Harmony Bodyworks.....	51
Tabulka 20 - Konečná rozvaha.....	53

PŘÍLOHY

Příloha I

CENÍK SLUŽEB STUDIA HARMONY BODYWORKS :

FITNESS SLUŽBY

Posilovna

Služba	Cena
Jednorázový vstup	
Dospělí	70,00 Kč
Studenti	65,00 Kč
Zvýhodněné vstupy	
Permanentka na 10 vstupů	550,00 Kč
Permanentka na 120 vstupů	1 100,00 Kč
Permanentka na 6 měsíců (nepřenosná)	5 999,00 Kč
Permanentka na 12 měsíců (nepřenosná)	10 999,00 Kč

SÁLOVÉ LEKCE

Služba	Cena
Zumba	75,00 Kč
1 lekce	75,00 Kč
Permanentka (10 lekcí)	550,00 Kč
Rope skipping	
1 lekce	70,00 Kč
Permanentka (10 lekcí)	500,00 Kč
Jumping	
1 lekce	80,00 Kč
Permanentka (10 lekcí)	650,00 Kč

WELLNESS SLUŽBY

MASÁŽE

Druh masáže	Cena
Klasická masáž (záda a šíje 15min)	200,00 Kč
Masáž lávovými kameny	600,00 Kč
Sportovní masáž (30 min)	250,00 Kč
Thajská masáž (60 min)	600,00 Kč
Čokoládová masáž (60 min)	1 000,00 Kč

Masáž na míru bude provedena po dohodnutí s masérem, klienti si budou moci zvolit optimální dobu masáže.

SAUNA

Sauna (max. 6 osob)	Cena
1 hodina	599,00 Kč
2 hodiny	999,00 Kč

VÍŘIVKA

Vířivka (max. 6 osob)	Cena
1 hodina	599,00 Kč
2 hodiny	999,00 Kč

Ostatní služby

Zapůjčení ručníku **10 Kč**

Zapůjčení fénu **zdarma**