

# Abstrakt

**Autor:** Adam Štěpán

**Název:** Podnikatelský záměr – analýza konkurence

**Cíl:** Hlavním cílem bakalářské práce je stanovit strategii, která bude v kontextu s analýzou konkurence sloužit jako základ pro založení masážního centra v Liberci. Masážní centrum vznikne nově, a proto je důležité důkladně analyzovat konkurenční prostředí v odvětví masérství v Liberci.

**Metody:** V této práci jsou využity metody kvalitativního výzkumu. Nejprve došlo k rešerši literatury zabývající se podnikatelským záměrem a analýzou konkurence, poté následoval polostrukturovaný rozhovor. Polostrukturovaný rozhovor byl validován expertem. Studie byla provedena v Liberci na vzorku dvou masážních center. Pro měření konkurenčního prostředí byl využit Porterův model pěti konkurenčních sil, který byl modifikován pro prostředí masérských služeb. Detailně byly analyzovány centra SAREMA Liberec s.r.o. a SPORT PARK MEDICAL. Výsledky šetření byly zpracovány do Porterova modelu. Na základě těchto výsledků byla sestavena strategie pro možné založení masážního centra.

**Výsledky:** Ze zkoumání vychází, že konkurence v oboru masérství v Liberci existuje, ale jednotlivá masážní centra ji nevnímají jako hrozbu. Analýza konkurence byla zpracována do modifikovaného Porterova modelu pěti konkurenčních sil. Z tohoto modelu vychází, že centra SAREMA Liberec s.r.o. a SPORT PARK MEDICAL poskytují své služby v cenovém rozpětí 700 Kč – 1050 Kč. Dále spolupracují se sportovními kluby, a to s FBC Liberec, FK Jablonec a FC Slovan (SAREMA). SPORT PARK MEDICAL spolupracuje s Libereckou Duklou a s hokejovým klubem HC Bílí Tygři Liberec. Dále z modelu vyplývá, že nově vstupující konkurenti do odvětví nejsou vedoucími pracovníky zmíněných center vnímáni jako hrozba.

Existenci substitučních služeb si vedoucí pracovníci uvědomují a do jisté míry s nimi spolupracují a využívají je jako doplňkové služby ve svých centrech. Opět z dat vyplývá, že ani substituty nejsou vnímány jako hrozba. Do dimenze „vyjednávací síla zákazníků“ byli zařazeni zákazníci, pojišťovny a sportovní kluby. Z šetření vychází, že pouze zdravotní pojišťovny, se kterými centrum SAREMA Liberec s.r.o. spolupracuje, mají vyjednávací sílu. Ostatní činitelé jsou bráni v úvahu, ale tlak z jejich strany na snižování cen je zanedbatelný. V poslední dimenzi „Provoz centra“ byly doplněny informace důležité pro sestavení konkurenční strategie.

**Klíčová slova:** masážní centrum, Porterův model pěti konkurenčních sil, masérské služby, konkurenční strategie.