

Podnikatelský plán na založení nové živnosti

Kateřina Malinová

Bakalářská práce
2014



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Vyšší odborná škola ekonomická
akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina MALINOVÁ**
Osobní číslo: **M100572**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Marketing**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Podnikatelský plán na založení nové živnosti**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Prostudujte odbornou literaturu a následně zpracujte teoretické aspekty podnikatelského plánu včetně jednotlivých částí.

II. Praktická část

- Vytvořte návrh podnikatelského plánu na založení nové živnosti.
- Proveďte analýzu konkurenčního prostředí v dané oblasti.
- Navrhněte doporučení pro optimalizaci dalšího působení živnosti.

Závěr

Rozsah bakalářské práce:
Rozsah příloh:
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

HORZINKOVÁ, Eva a Václav URBAN. Živnostenský zákon a předpisy související s komentářem a příklady. 12. aktualizované a dopl. vyd. Praha: Linde, 2008. ISBN 978-80-7201-720-1.
KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592-X.
ŠTĚPÁNOVÁ, Silvie. Zakládáme a provozujeme živnost: podnikání podle živnostenského zákona. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1735-4.
WUPPERFELD, Udo. Podnikatelský plán pro úspěšný start. Praha: Management Press, 2003. ISBN 8072610759.
ABRAMS, Rhonda. Successful business plan: secrets. 5th ed. Palo Alto, Calif: The Planning Shop, 2010. ISBN 978-193-3895-147.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jana Šilhánová
Vyšší odborná škola ekonomická
Datum zadání bakalářské práce: 16. června 2014
Termín odevzdání bakalářské práce: 22. srpna 2014

Ve Zlíně dne 20. června 2014

Mgr. Pavel Hýl
děkanka



Ing. Miloslava Kubičková, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému;
- na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

22. 8. 2014

Marek Novák

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Obsahem bakalářské práce je zpracování podnikatelského plánu na založení nové živnosti v daném rozsahu a struktuře. Práce zahrnuje teoretickou a praktickou část.

V teoretické části jsou shrnuty informace o založení živnosti, právních formách podnikání a vytvoření podnikatelského plánu s popisem jednotlivých částí.

Praktická část je tvořena konkrétním podnikatelským plánem na založení nové živnosti, nabízející službu pedikúru. Cílem je zjistit, zda by podnik mohl reálně fungovat na českém trhu.

Klíčová slova:

Založení živnosti, podnikatelský plán, marketingový plán, SWOT analýza, finanční plán.

ABSTRACT

The bachelor thesis deals with a business plan for establishment of a business in the given extent and structure. The work consists of a theoretical and practical part.

The theoretical part summarizes information about the business establishment, legal forms of the business and creation of a business plan describing the individual parts.

The practical part consists of a specific business plan for establishing a new business – pedicure. The aim was to find out whether this kind of business could realistically operate on the Czech market.

Keywords:

Business establishment, business plan, marketing plan, SWOT analysis, financial plan.

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Janě Šilhánové za cenné rady, informace a drahocenný čas, který mi s velkou laskavostí věnovala. Dále chci poděkovat mé rodině za podporu a trpělivost při mém studiu.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 PODNIKÁNÍ	11
1.1 PODNIKATEL	13
1.2 ZALOŽENÍ ŽIVNOSTI	13
1.2.1 Druhy živností	14
1.2.2 Překážky provozování živnosti	15
2 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ	16
2.1 ŽIVNOST	16
2.2 OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI	16
2.3 DRUŽSTVO	18
3 PODNIKATELSKÝ PLÁN	19
3.1 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	19
II PRAKTICKÁ ČÁST	23
4 PODNIKATELSKÝ PLÁN	24
4.1 PODMÍNKY PRO ZALOŽENÍ ŽIVNOSTI	24
4.2 ZÁKLADNÍ ÚDAJE	25
4.3 POPIS ŽIVNOSTI	26
4.3.1 Služby	27
4.3.2 Umístění živnosti.....	29
4.3.3 Řízení živnosti	30
4.3.4 Vybavení živnosti.....	31
4.4 ANALÝZA TRHU	31
4.4.1 Trh	32
4.4.2 Konkurence	33
4.5 MARKETINGOVÝ PLÁN	37
4.5.1 SWOT analýza	37
4.5.2 Marketingové cíle a strategie	39
4.5.3 Marketingový mix	41
4.5.4 Marketingový rozpočet.....	43
4.6 FINANČNÍ PLÁN	44
4.7 RIZIKA	49
5 DOPORUČENÍ	50
ZÁVĚR	51
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	52
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	55
SEZNAM OBRÁZKŮ	56
SEZNAM TABULEK	57
SEZNAM PŘÍLOH	58

ÚVOD

Pro bakalářskou práci jsem zvolila téma Podnikatelský plán na založení nové živnosti. Rozhodnutí při výběru tohoto tématu bylo ovlivněno žádostí na zpracování konkrétního podnikatelského plánu. Dne 15. 1. 2014 jsem byla oslovena rodinným příslušníkem paní Ivanou Malinovou. Na základě tohoto jsem se inspirovala k vytvoření bakalářské práce.

Na její přání je sestaven plán k realizaci podnikatelské činnosti v oboru pedikérských služeb, jedná se o živnost pedikúra. Pedikérka Ivana Malinová bude nejen vlastníkem živnosti a zároveň bude tuto živnost sama vykonávat. Podnikatelský plán bude podnětem pro získání bankovního úvěru ve výši 150 000 Kč, o který bude majitelka žádat u České spořitelny.

Teoretická část je tvořena za pomoci odborné literatury. Jejím obsahem jsou tři hlavní kapitoly: podnikání, právní formy podnikání a podnikatelský plán. Záměrem teoretické části je vytvořit oporu pro zpracování podnikatelského plánu a propojit ji s částí praktickou.

V praktické části je zpracována plná verze podnikatelského plánu, jehož součástí je popis živnosti, analýza trhu, marketingový plán, finanční plán, rizika a následná doporučení. Pro pedikúru je vymezen cílový trh jejího působení, dále provedena analýza konkurence pomocí Porterovy analýzy v dané oblasti. V marketingovém plánu se vyskytuje analýza vnitřního a vnějšího prostředí, která odhaluje silné a slabé stránky, hrozby a příležitosti živnosti. Také jsou jednoznačně stanovené cíle pedikúry, které chce majitelka dosáhnout. Dále je důraz kladen na propagaci. Způsoby propagace jsou vybrány tak, aby nepředstavovaly velké výdaje, ale působily efektivně. Finanční plán zobrazuje přehled příjmů a výdajů po dobu tří let. Součástí plánu jsou i možná rizika pedikúry, která mohou nastat v průběhu podnikání.

Cílem bakalářské práce je vytvořit nejen podnikatelský plán na základě dostupných informací, ale i konkurenceschopnou a ziskovou živnost pro cílový trh.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKÁNÍ

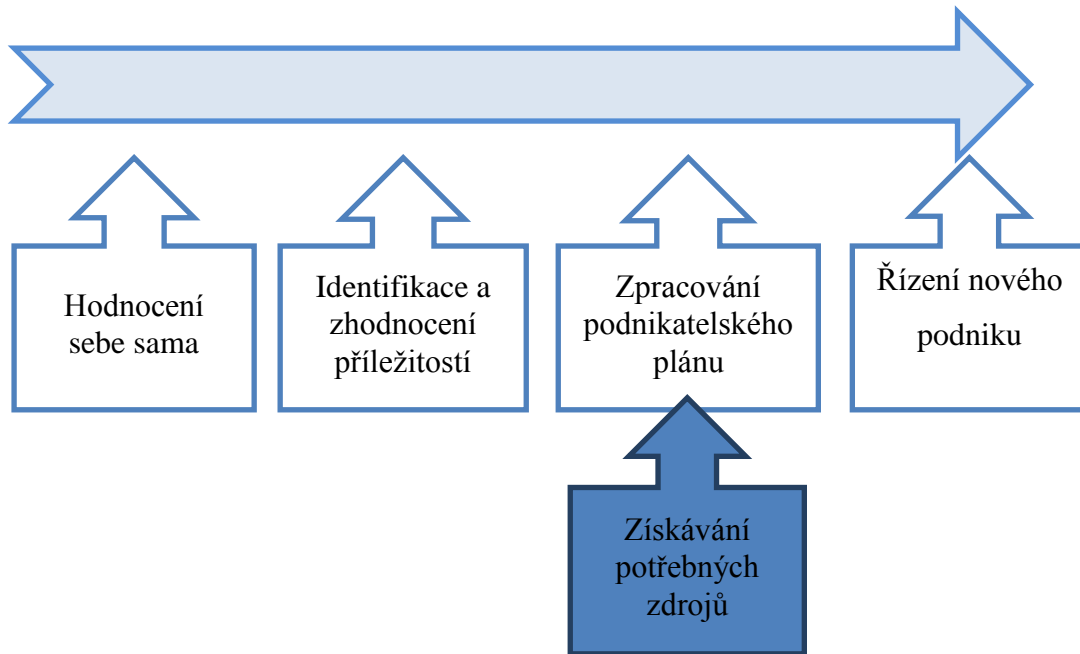
Před zahájením podnikání je potřeba zhodnotit veškeré důsledky rozhodnutí budoucích zájemců o podnikání. Vztít v úvahu všechny klady a zápory, které toto rozhodnutí provází (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 3).

Východiskem pro zahájení podnikání může být těchto 10 důvodů, jak uvádí Koráb, Mihalisko (2005, s. 11, 12):

1. *Být svým vlastním pánem* – přináší pro vlastní podnikání samostatnost a svobodu, ale zároveň zodpovědnost za vlastní rozhodnutí.
2. *Pracovat v oblasti, o kterou jevíme zájem* – výhodou je, že si sami zvolíme obor podnikání. Nemusíme nadále vykonávat práci, ze které nepociťujeme uspokojení.
3. *Být pánem svého času* – nejsme vázáni pravidelnou pracovní dobou. Tuto si vždy určíme sami s ohledem na momentální situaci.
4. *Mít prostor pro naši kreativitu* - můžeme rozvíjet naše nápady vlastním způsobem.
5. *Není pro nás tak těžké začít* – jako začínající podnikatelé musíme překlenout množství legislativních předpisů a jiných bariér. Existují zdroje, s jejichž pomocí podnikatelé zdolají tyto překážky. Např. časopisy, knihy, internetové stránky, poradenské organizace.
6. *Podnikání může být velmi lukrativní* – věnuje-li podnikatel začínajícímu podnikání dostatek času, úsilí a najde uplatnění své nabídky na trhu.
7. *Jedná se o velmi rozmanitou práci* – každý pracovní den podnikatele vypadá jinak.
8. *Můžeme si souběžně budovat druhou kariéru* – podnikatel má možnost podnikat i při svém zaměstnání. Jako zaměstnanec může pracovat např. na zkrácený úvazek.
9. *Odpadne nám dojíždění* – zahájením podnikání v místě bydliště se podnikatel vyhne nákladům na dojíždění.
10. *Velký sen se může stát skutečností* – z malého podniku může vzejít velký prosperující podnik.

Rozhodovací proces

Proces pojednává o tom, zda podnikání zahájit nebo ne. Rozhodující proces je vyobrazen v následujících krocích:



Zdroj: Koráb, Mihalisko, 2005, s. 10

Obr. 1. Aspekty rozhodovacího procesu o založení podniku

První krok - každý podnikatel musí zhodnotit sám sebe, správně odhadnout svá pozitiva a předpoklady, na kterých bude podnikání stavět.

Druhý krok - identifikovat a zhodnotit příležitosti je velmi obtížné, protože nabízené příležitosti se nevyskytnou náhle. Podnikatel se musí jimi zabývat a osobně je vyhledávat.

Třetí krok - vytvořit podnikatelský plán, který může být použit pro získání cizích zdrojů nebo pro samotného podnikatele k provozování podniku.

Čtvrtý krok - představuje již samotné podnikání – provozování podniku. (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 11-12)

1.1 Podnikatel

„Za podnikatele se považuje osoba zapsaná v obchodním rejstříku. Za jakých podmínek se osoby zapisují do obchodního rejstříku, stanoví jiný zákon. Má se za to, že podnikatelem je osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle jiného zákona.“ (OZ, 2014, par. 421)

Podle občanského zákona definice podnikání zní:

„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“ (OZ, 2014, par. 420)

Podnikatelské subjekty

- *Fyzická osoba*
- *Právnícká osoba* - organizovaný útvar, jenž má právní osobnost stanovenou nebo uznanou zákonem. Bez ohledu na předmět své činnosti může právnícká osoba mít práva a povinnosti, které se spojují s její právní povahou. (OZ, 2014, par. 20)

1.2 Založení živnosti

Živnost může být založena fyzickou nebo právníckou osobou, která splní podmínky stanovené živnostenským zákonem. Zahraniční subjekt (FO nebo PO) musí navíc podle ŽZ splňovat další podmínky k založení živnosti. (Štěpánová, 2007, s. 25)

Obecné podmínky

- Plná právní svéprávnost a zletilost člověka (dosažení osmnácti let věku). U nezletilého lze provozovat podnikatelskou činnost se souhlasem zákonného zástupce, vyžaduje přivolení soudu. (OZ, par. 30, 33)
- Bezúhonnost – u občana ČR se prokazuje na základě výpisu z rejstříku trestů. Osoba, která však byla pravomocně odsouzena pro trestný čin spáchaný úmyslně a má souvislost s jejím podnikáním nebo s předmětem podnikání, se za bezúhonnou pro účely ŽZ nepovažuje. (ŽZ, par. 6)

Zvláštní podmínky

- Odborná způsobilost
- Jiná způsobilost

Odborná nebo jiná způsobilost se prokazuje doklady, jako jsou např. vysvědčení, diplomy, certifikáty aj. (Štěpánová, 2007, s. 36)

Všichni ti, kteří splní dané podmínky dle ŽZ, jako je FO nebo PO, mají právo založit živnost na základě *živnostenského oprávnění*. (Štěpánová, 2007, s. 61)

1.2.1 Druhy živností

Ohlašovací

- vznikají na základě ohlášení na živnostenském úřadě dle daných podmínek ŽZ. Podnikatel může zahájit své podnikání ode dne ohlášení živnosti nebo dnem, který v ohlášení uvedl. (Štěpánová, 2007, s. 64)

Ohlašovací volné

U volných živností se nevyžadují žádné zvláštní podmínky pro jejich provoz. K založení volné živnosti je třeba splnit pouze všeobecné podmínky.

Ohlašovací řemeslné

K založení řemeslné živnosti jsou stanoveny zvláštní podmínky odborné způsobilosti, které musí být prokázány živnostenskému úřadu. Odborná způsobilost vyplývá ze vzdělání, kde je kladen důraz i na praxi v oboru. Od stupně vzdělání se odvíjí požadovaná praxe.

Vzdělání přímo v oboru:

- vyučení v tříletém oboru = 3 roky praxe
- střední odborná škola (délka studia kratší než 4 roky, nezakončené maturitní zkouškou) = 3 roky praxe
- střední odborná škola, střední odborné učiliště, gymnázium = 2 roky praxe
- vysoká škola = 1 rok praxe

Vzdělání v příbuzném oboru:

- vyučení v tříletém oboru = 4 roky praxe
- střední odborná škola bez maturitní zkoušky = 4 roky praxe
- střední škola s maturitou = 2 roky praxe
- vysoká škola = 1 rok praxe

Řemeslná živnost může být provozována i osobou, která nemá odborné vzdělání v oboru (přímém nebo příbuzném). V takovém případě musí prokázat osoba šest let praxe v oboru.

Ohlašovací vázané

K provozování vázané živnosti musí osoba prokázat odbornou způsobilost v dané oblasti a také praxi v oboru. Odborné předpoklady jsou stanoveny zvlášť pro každý obor (uvedené v příloze č. 2 ŽZ).

Koncesované

- Vznikají na základě koncese, kdy ŽÚ rozhodne o jejím udělení. Podnikatel může zahájit své podnikání až ode dne nabytí právní moci rozhodnutí.
- K provozování koncesované živnosti musí být rovněž splněny všeobecné podmínky a odborná způsobilost.
- Prokázání odborné způsobilosti je obdobné jako u vázaných živností.
- Koncesované živnosti jsou uvedeny v příloze č. 3 ŽZ. (Štěpánová, 2005, s. 64-73)

V živnostenském rejstříku jsou evidovány veškeré živnosti, které na českém trhu působí, jsou pozastaveny nebo jejich činnost byla přerušena pro provozování živnosti. (Wupperfeld, 2003, s. 41)

1.2.2 Překážky provozování živnosti

Jedná se o stanovené negativní podmínky, za kterých by podnikatel nemohl živnost provozovat. (Štěpánová, 2005, s. 39-40)

„Překážkou provozování živnosti jsou určitá rozhodnutí z oblasti konkurzního řízení a trest zákazu činnosti, uložený ať již v trestním nebo správním řízení.“ (Štěpánová, 2005, s. 61)

1. **Konkurz** – FO nebo PO, na jejíž majetek byl prohlášen konkurs, nemůže živnost provozovat.
2. **Zákaz činnosti**
3. **Prominutí nedostatku podmínky provozování živnosti** – prominutí překážky
4. **Další** - par. 58 odst. 2 a 3. - zrušeno živnostenské oprávnění (Štěpánová, 2005, s. 40-43)

2 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ

V České republice se nabízí dvě základní formy podnikání:

1. Fyzická osoba - živnost
2. Právní osoba – obchodní společnosti a družstvo

Firma zvolí právní formu podnikání, přičemž musí vzít v úvahu dlouhodobé důsledky svého rozhodnutí tj. právní, ekonomické a daňové. (Wupperfeld, 2003, s. 37)

2.1 Živnost

„Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“ (ŽZ, par. 2)

Pro začínající malé a střední podniky je výhodnější zahájit své podnikání v podobě živnosti. (Wupperfeld, 2003, s. 41)

2.2 Obchodní společnosti

Obchodní společnosti jsou dále rozděleny podle obchodního zákoníku:

1. Osobní obchodní společnosti
 - Veřejná obchodní společnost - v. o. s.
 - Komanditní společnost - k. s.
2. Kapitálové společnosti
 - Společnost s ručením omezeným - s. r. o.
 - Akciová společnost - a. s. (Wupperfeld, 2003, s. 39)

Základní vlastnosti obchodních společností

Zakladatelé obchodní společnosti

Osoby zakládající OS podepisující společenskou smlouvu jsou jejími zakladateli. Je-li zakladatelem jedna osoba, je OS zřízená na základě zakladatelské listiny. Listina má formu notářského zápisu, ve kterém musí být vyhotovena.

Společenská smlouva

Obchodní společnosti jsou založené osobami, které sepíší společenskou smlouvu. Společenská smlouva musí mít podobu písemného dokumentu s úředně ověřenými podpisy zakladatelů. Podstatné náležitosti a sjednání smlouvy je upraveno podle toho, o jaký druh společnosti se jedná. Společenská smlouva je nahrazena zakladatelskou listinou ve formě notářského zápisu, je-li zakladatelem jedna osoba. Podstatné části listiny jsou stejné jako u společenské smlouvy.

Základní kapitál obchodní společnosti

Do základního kapitálu obchodních společností jsou zahrnuty vklady všech společníků. Základní kapitál musí být peněžně vyjádřen v českých korunách. Povinně vytváří ZK společnosti: komanditní, s ručením omezeným a akciové. Do živnostenského rejstříku se uvádí výše ZK, jestli je tak stanoveno zákonem.

Vklady společníků

Vklady společníků mohou mít podobu majetku nebo finančních prostředků. Vklad je pro společníka investicí do společnosti a stává se její součástí – majetkem společnosti.

Správa vkladů

Ve smlouvě uvedená osoba (správce vkladů) je pověřena správou vkladů v období, kdy obchodní společnost ještě neexistuje (před zápisem), jak udává obchodní zákoník. Pouze jedna osoba ze zakladatelů OS může být pověřena správou vkladů.

Vznik obchodní společnosti

OS vzniká dnem, kdy byla do obchodního rejstříku zapsaná, nikoli jejím založením. Společnost nesmí zahájit své podnikání před zápisem do OR. (iPodnikatel.cz, © 2011-2014)

Rezervní fond obchodní společnosti

Peněžní prostředky, které jsou určeny ke krytí případných podnikových ztrát. Kapitálové společnosti musí tento fond vytvářet povinně ze zákona (zákonný rezervní fond). U ostatních společností je tvořen dobrovolně.

Obchodní firma

Jedná se o název společnosti, pod kterým je vykonávána podnikatelská činnost. Je povinným dodatkem, na jehož základě je zřejmé určit druh společnosti (a. s., v. o. s., s. r. o., k. s.).

Zákaz konkurence

Statutární zástupci obchodních společností nesmí ze zákona ve stejném oboru podnikat. Nesmí ani jiné společnosti řídit ve stejném oboru. Nedodržení zákonného ustanovení pro zákaz konkurence vznikne společníkům nárok na náhradu škody. Souhlasí-li společníci s vykonávanou aktivitou statutárního zástupce, lze tento zákaz obejít. (iPodnikatel.cz, © 2011-2014)

2.3 Družstvo

„Družstvo je společenstvím neuzavřeného počtu osob založené za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních anebo jiných potřeb svých členů.“ (Wupperfeld, 2003, s. 51)

- Družstvo může být založeno minimálně pěti členy nebo alespoň dvěma právnickými osobami.
- Vzniká dnem, kdy bylo zapsáno do OR.
- Za porušení svých závazků nese odpovědnost veškerým svým majetkem. Členové družstva, ale za závazky neručí.
- Základní kapitál = souhrn členských vkladů, ke kterým se členové zavázali splacením.
- Minimální ZK družstva musí být 50 000 Kč.
- Členství v družstvu je podmíněno splacením členského vkladu tj. základní vklad anebo alespoň jeho částí tj. vstupní vklad. Členové družstva mohou přispět i dalším nepeněžitým vkladem např. hmotným majetkem.
- Statutárním orgánem = představenstvo. (iPodnikatel.cz, © 2011-2014)

3 PODNIKATELSKÝ PLÁN

„Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením i chodem podniku.“ (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 23)

Podnikatelský plán může být vypracován za obecným účelem, aby podnikateli sloužil jako:

- Manažerský nástroj
- Podklad pro získání cizích zdrojů (Koráb, Peterka, Řezňáková, 2007, s. 42)

Hlavním cílem vytvoření podnikatelského záměru je vlastnit prosperující podnik. Z dlouhodobého hlediska je bezvýsledné vytvořit podnikatelský plán, který nám umožní nashromáždit nutné finanční prostředky, avšak nemá-li podnik pevné základy, je odsouzen k nezdaru. Z tohoto hlediska je nutné analyzovat dlouhodobé potřeby podniku a vytvořit strategie, které zvýší celkový výkon společnosti i osobní uspokojení.⁵ (Abrams, 2010, s. 3)

3.1 Struktura podnikatelského plánu

Vytváří celkový přehled podnikatelského plánu a je nápomocen podnikateli k jeho sestavení. Doporučená struktura podnikatelského plánu:

- Titulní strana
- Exekutivní souhrn
- Popis podniku
- Analýza odvětví
- Výrobní plán
- Marketingový plán
- Organizační plán
- Finanční plán
- Hodnocení rizik
- Přílohy (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 28-30)

⁵ Přeloženo z anglického do českého jazyka.

1. Titulní strana

Obsahuje stručné informace, které jsou výkladem podnikatelského plánu. Podnikatel uvádí název a sídlo firmy, případně jména spolupodnikatelů s kontaktními údaji (telefon, web, e-mail), předmět a formu podnikání, způsob financování. (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 28)

2. Exekutivní souhrn

Poskytne čtenáři stručnou formu podstatných a důležitých informací nejen o podnikatelském záměru, ale i o charakteru podnikání. Exekutivní souhrn bývá v některých případech napsán až na závěr podnikatelského plánu. Z toho lze odvodit pojmenování - exekutivní souhrn. Kvalita jeho zpracování rozhodne o prvním dojmu investora. (Koráb, Peterka, Řezňáková, 2007, s. 75)

Bankovní makléři a investoři se nejprve zaměří na prostudování souhrnu podnikatelského plánu. Dobře vytvořený souhrn je pochopen a přečten za 5 až 10 min. (Wupperfeld, 2003, s. 16)

3. Popis podniku

V této části bude zpracován podrobný popis podniku. Potencionální investor zjistí velikost a záběr daného podniku. Další prvky, které spadají do popisu podniku:

- Výrobky nebo nabízené služby podniku
- Umístění podniku a jeho velikost
- Organizační schéma podniku včetně personálního přehledu
- Technické zařízení a vybavení podniku
- Vzdělání, praxe, reference (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 29)

4. Analýza odvětví

Do této části spadá analýza konkurenčního prostředí, do které budou zahrnuti všichni konkurenti představující hrozbu nového podniku. (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 29)

V podnikatelském plánu bude vymezen celkový i cílový trh podnikání. Je nemožné zaujmout postavení na celém trhu nebo získat všechny potenciaální zákazníky (rozdílné potřeby a přání). Proto si Podnikatel musí určit skupinu zákazníků v rámci celkového trhu. Tato skupina zákazníků bude:

- mít z výrobků nebo služby užitek,
- mít snadný přístup,
- ochotná za nabízený produkt či službu zaplatit.

Poté z cílového trhu podnikatel určí segment potencionálních zákazníků podle vlastních stanovených kritérií. Tento segment bude cílovým trhem podnikání. (Wupperfeld, 2003, s. 63-65)

5. Výrobní plán

Patří sem popis celého výrobního procesu včetně popisu závodu, strojů a zařízení, jenž bude potřeba k podnikání. Také popis dodavatelů a používaných materiálů při výrobě.

Tato část může být nazývána i jako obchodní plán - nebude se jednat o výrobní podnik. Z hlediska poskytování služeb půjde o popis celého procesu poskytování. (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 29)

6. Marketingová plán

Hlavním cílem marketingového plánu je zlepšit (zdokonalit) obchodní výsledky za pomoci marketingové propagace s efektivní realizací. Pro malé podniky je důležitá příprava marketingového plánu. Důvody pro jeho přípravu jsou:

- Minimalizace podnikatelského rizika
- Zvyšující se obrat a zisk firmy
- Informovanost o úspěšnosti podniku
- Zvyšující se prestiž a důvěryhodnost podniku
- Zaměstnanci budou mít - tah na branku

Obsahem marketingového plánu by mělo být:

1. Celkové shrnutí
2. Situační analýza
3. Marketingové cíle
4. Marketingová strategie
5. Akční programy
6. Rozpočet
7. Systém měření a kontroly
8. Přílohy (Promarketing.cz, © 2002-2014)

7. Organizační plán

8. Finanční plán

Je velice důležitý pro podnikatelský plán. Ukazuje množství investic potřebných pro založení nového podniku. Na základě jeho sestavení bude zjištěno, zda se jedná o ekonomicky reálný podnik. (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 30)

„Každý podnikatelský subjekt je povinný evidovat spotřebu i nabytí majetku tj. vést účetní evidenci, ve které se zaznamenávají materiálové i finanční toky v podniku.“ (Koráb, Peterka, Řezňáková, 2007, s. 127)

Ať už je podnikatelský záměr vypracován k své dokonalosti, může pohořet na hlavním problému – zdroje financování (bankovní úvěr, leasing, vlastní zdroje). (Koráb, Peterka, Řezňáková, 2007, s. 127)

9. Hodnocení rizik

Pro každý podnik existují určitá rizika, i kdyby jeho podnikatelský plán byl sebelepší (Např. podložený analýzami, daty z výzkumu). Bude stále vykazovat určitou míru nejistoty, proto by měla být provedena analýza rizik. (Koráb, Peterka, Řezňáková, 2007, s. 89)

Projeví-li se některé z rizik, podnikatel bude připraven (provedením analýzy) jim čelit za pomoci své strategie. (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 30)

„Obecně platí, že čím pečlivěji je provedena analýza rizik, tím lepší a „bezpečnější“ je naše plánování měřeno například skutečnými manažerskými nástroji.“ (Koráb, Peterka, Řezňáková, 2007, s. 89)

10. Přílohy

Obsahují obvykle dokumentaci v níž jsou uvedeny podpůrné materiály k podnikání. Odkazy na tyto přílohy by měly být součástí textu podnikatelského plánu. Mezi přílohy řadíme např. informace získané výzkumem, atd. (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 30)

II PRAKTICKÁ ČÁST

4 PODNIKATELSKÝ PLÁN

V praktické části je zpracován konkrétní podnikatelský plán na založení nové živnosti. K sestavení tohoto plánu byly použity informace z teoretické části bakalářské práce.

4.1 Podmínky pro založení živnosti

Fyzická osoba se rozhodla založit živnost na základě její kvalifikace a praxe. Nová živnost, pedikúra, se bude nacházet v malém městě Zubří, v místě bydliště FO. Majitelka nevlastní žádnou budovu, ani nemá k dispozici vlastní prostory pro provozování činnosti. Rozhodla se proto nabízet své služby v komerčním objektu, kde bude mít pronajatou místnost. Nájemné činí 3 000 Kč měsíčně. Vlastník nemovitosti souhlasil s umístěním sídla na adrese budovy a udělil majitelce písemný souhlas.

Živnost bude založena přes internet na stránkách zalozfirmu.cz, která zakládá nové firmy online. Výhodou je, že všechny potřebné věci vyřídí za majitelku, aniž by musela navštívit příslušné úřady a účtuje si pouze zákonné poplatky spojené s registrací. Výše těchto poplatků je u živnostenského oprávnění cca ve výši 1 300 Kč. Toto rozhodnutí učinila z důvodu úspory svého času a rychlému vyřízení. Předpokládaná doba vzniku živnosti je 10. 10. 2014.

Z hlediska účetnictví, majitelka povede daňovou evidenci. Jako začínající živnostník se rozhodla být neplátcem DPH. Jejím úkolem bude evidovat všechny příjmy a výdaje podle dokladů.

Jak už bylo výše uvedeno, služby budou nabízeny v pronajatém prostoru - místnost je ve velmi dobrém stavu, nebude potřeba žádných dalších oprav. Majitelka musí místnost vybavit pouze nábytkem, nakoupit zboží (pedikérské náčiní, krémy atd.) a zařídit ji dle vlastních potřeb. Vzhledem k tomu, že nemá dostatečné množství finančních prostředků, aby mohla potřebné vybavení hradit z vlastních zdrojů, musí zažádat o úvěr v bance.

Zalozfirmu.cz

Jedná se obecně prospěšnou společnost, která je financována z dotačních a grantových programů na podporu podnikání. Veškeré náležitosti na založení živnosti jsou přizpůsobené aktuálnímu stavu legislativy.

V České republice jde o jediný systém, který zakládá firmy online. Nutností pro takový způsob založení je počítač, internet a e-mail. Zákazníci hradí jen zákonem stanovené

poplatky, samotné založení je bezplatné. Firma obstará doklady k založení živnosti - živnostenské oprávnění, zajistí ohlášení na finančním úřadě, správě sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovně.

4.2 Základní údaje

Název: Ivana Malinová

Logo:



Sídlo firmy: Hlavní 633, 756 54 Zubří

Jméno podnikatele: Ivana Malinová

Kontakty: Sídliště 6. května 1046

756 54 Zubří

e-mail: ivana.malinova@centrum.cz

[http: www.pedikura-iva.cz](http://www.pedikura-iva.cz)

tel.: 733 348 541

Forma podnikání: živnost

Předmět podnikání: ošetření, úprava a masáže nohou

Způsob financování: bankovní úvěr

4.3 Popis živnosti

Živnost bude založena a vykonávaná fyzickou osobou podle živnostenského zákona. Tato FO bude majitelkou živnosti a zároveň ji bude osobně vykonávat. Nezbytnou součástí pro provozování živnosti je živnostenské oprávnění, které dokládá oprávněnost podnikání.

Podle druhu živnosti bude pedikúra vystupovat jako ohlašovací volná živnost. V tomto případě musí být splněny všeobecné podmínky, které však FO jednoznačně splňuje (plná svéprávnost, bezúhonnost).

Pedikúra bude poskytovat zákazníkům kompletní péči o chodidla včetně ošetření, masáží a úpravy nehtů. Vzhledem k rozsáhlé nabídce služeb nebude zaměřena pouze na určitou věkovou kategorii zákazníků. Nejen lidé staršího věku mají zdravotní problémy (např. zrohovatělá kůže), ale v dnešní hektické době se problémy objevují stále častěji u lidí nižšího věku. Důvod návštěvy pedikúry nemusí být jen ze zdravotního hlediska, ale poskytuje možnost si dopřát kvalitní péči, relaxaci a příjemné uvolnění. Neméně důležitá je i estetická stránka. Nohy nás budou provázet do konce života, a proto je potřeba se o ně dobře starat.

Pedikérka chce svým zákazníkům vyjít vstříc, tudíž otevírací doba se bude odvíjet od objednaných zákazníků především v odpoledních hodinách. Pravidelná otevírací doba bude denně od 8.30 – 11.30 h. pro neobjednané zákazníky.

<i>PO</i>	$8^{30}-11^{30}$	<i>Dle objednávek</i>
<i>ÚT</i>	$8^{30}-11^{30}$	<i>Dle objednávek</i>
<i>ST</i>	$8^{30}-11^{30}$	<i>Dle objednávek</i>
<i>ČT</i>	$8^{30}-11^{30}$	<i>Dle objednávek</i>
<i>PÁ</i>	$8^{30}-11^{30}$	<i>Dle objednávek</i>
<i>SO</i>	<i>Dle objednávek</i>	
<i>Objednávky na tel. 733 348 541</i>		

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 1. Provozní doba

Hlavním cílem založení pedikúry je vytvořit stabilní a prosperující živnost, která dokáže být navzdory konkurenci zisková.

4.3.1 Služby

Je zřejmé, že rozsah nabízených služeb je podnětem pro návštěvu zákazníka. Pokud nabídka a pestrost služeb převyšuje nabídku konkurence, přiláká více zákazníků.

Majitelka pedikúry se bude snažit co nejvíce přizpůsobit přáním a potřebám svých klientů, tudíž bude vycházet s předchozího odstavce při sestavení nabídky služeb.

Nabízené služby:

- Suchá přístrojová pedikúra (medicinální)
- Klasická mokrá pedikúra
- Bio pedikúra
- Masáže (thajská, reflexní)
- Parafínový zábal
- Úprava a zdobení nehtů

Suchá přístrojová pedikúra

Jedná se o pedikúru, která se provádí nasucho (bez předchozího navlhčení). Za pomoci frézek různých velikostí se odstraní zrohovatělá kůže. Výsledkem broušení je hladká a jemná pokožka. Je zde zaručený hygienický postup – nohy i přístroje jsou dezinfikovány před zahájením pedikúry. Tato metoda neslouží pouze k odstranění zrohovatělé kůže, ale i povrchových bradavic, kuřích ok a zarůstajících nehtů. Celý proces je bezbolestný a šetrný.

Klasická mokrá pedikúra

Tato metoda pedikúry spočívá v tom, že si zákazník nejprve ponoří nohy do vodní lázně, která obsahuje regenerační sůl a dezinfekci, po dobu 10 – 15 min. Účelem lázně je odstranění nečistot a změknutí kůže. Po uplynutí dané doby, jsou nohy důkladně osušeny a začíná odstranění mozolů, otlaků a zrohovatělé kůže za pomoci žiletky. Následuje čištění nehtového lůžka a úprava nehtů (zkrácení, zpilování, vyleštění), které je v ceně této procedury. Na závěr procedury jsou nohy ošetřeny dezinfekcí a krátkou masáží pro ještě větší pocit uvolnění.

Bio pedikúra

Metoda bio pedikúry spočívá v odstranění odumřelé kůže na chodidlech nezvyklým způsobem. Bezzubé rybičky tzv. Garra rufa okusují odumřelé kožní buňky. Rybky jsou umístěny v kádi s teplou vodou, do které zákazník ponoří nohy, pohodlně se usadí a pedikúra může začít. Důležitá je správná hygiena, aby nedošlo ke vzniku infekcí.

Masáže

Zákazníci si mohou dopřát příjemnou relaxaci díky např. thajské a reflexní masáži.

Reflexní masáž se provádí na chodidle a nártu nohou, kde se nachází reflexní body, které jsou propojeny s určitým orgánem či určitou částí těla. Nahmatáním správného bodu dochází k úlevě bolestí chodidel a prokrvení orgánů. Často je vyhledávaná zákazníky zejména jako doplněk k léčbě nemocí.

Thajská masáž je podobná jako reflexní, také se zaměřuje na stimulaci reflexních bodů. Rozdílem je způsob stlačení bodů, zde je používán dřevěný nástroj (kolíček) místo rukou. Pozornost je věnována i lýtkovým svalům, protažení nártů a prstů. Zahájení masáže předchází bylinná koupel nohou.

Parafínový zábal

Kosmetický parafín při teplotě 52 až 55°C se nanáší na chodidla pomocí obkladů. Poté se igelitový sáček navlékne na parafín a nechá se působit. Působením parafínu dochází k uvolnění svalů, kloubů, hydrataci a prokrvení pokožky. Doporučuje se pro příjemné zakončení pedikúry.

Úprava a zdobení nehtů

Na přání zákazníka je možné nechat si upravit, případně nalakovat nehty, aniž by musel využít některé z nabízených metod pedikúry. Zdobení nehtů se provádí obyčejným lakem nebo gelem dle výběru zákazníka. K dispozici jsou i ozdoby na nehty (kamínky, kytičky atd.)

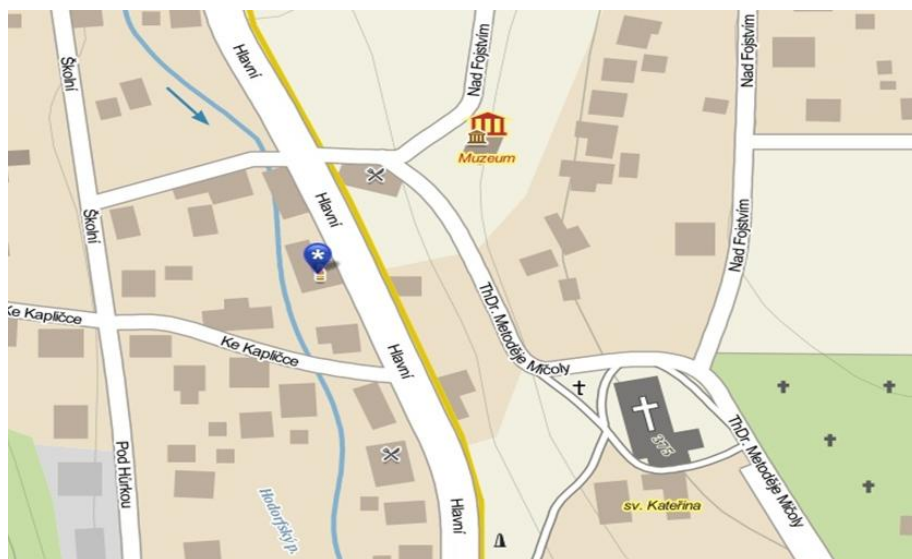
Zákaznický servis + bonusy

Součástí všech nabízených služeb je i zákaznický servis, který bude zákazníkům nabídnut během pedikúry. Klient si může vybrat z řady balených nápojů. Pro ještě větší pohodlí zákazníků budou připraveny časopisy, papírové ubrousky a krém na ruce.

Majitelka má v úmyslu poskytnout stálým zákazníkům výhodnou nabídku (bonus za věrnost), kdy každá pátá návštěva pedikúry by byla s padesáti procentní slevou včetně malého dárku navíc (např. lak na nehty, krém, balzám na rty aj.). Věrní zákazníci ho obdrží i v době Vánoc, jako vánoční dárek od pedikérky.

4.3.2 Umístění živnosti

Živnost se bude nacházet v malém městě Zubří s počtem obyvatel cca 5 600.



Zdroj: Mapy.cz

Obr. 2. Sídlo živnosti

Na mapě můžeme vidět, že pedikúra bude umístěna na ulici Hlavní, v blízkosti centra města Zubří (cca 200 m), kde působí Česká pošta, Česká spořitelna, kosmetika, kadeřnictví, květinářství. Jedná se o obyvateli často navštěvované místo, což je výhoda pro pedikúru. Její umístění je na frekventovaném a snadno dostupném místě s možností parkování vozidel.

Majitelka pedikúry nemá k dispozici vlastní prostory ani finance na výstavbu nové budovy. Využije proto nabídku pronájmu, kde bude živnost provozovat. Celková plocha k pronájmu je 21m². Nájemné bylo stanoveno na 3 000 Kč za měsíc včetně energií.

V budově se dále nachází kadeřnictví, vinotéka a stříbrnictví. Spolu s kadeřnictvím bude umístěna v prvním patře a budou mít společné pouze sociální zařízení.

4.3.3 Řízení živnosti

Pedikúra bude řízená jedinou osobou a to majitelkou živnosti, která se bude starat o provozování živnosti, nabízení a poskytování služeb, objednávku zboží a o pohodlí zákazníků.

Důvodem založení pedikúry bylo především její vzdělání a praxe v oboru, dále pak také záliba ve své profesi, uspokojení svých vlastních potřeb – být svým vlastním pánem.

Vzdělání

- Střední škola oděvní a služeb Vizovice – obor kosmetička, zakončené maturitní zkouškou.
- Pedikúra včetně nehtové modeláže – kurz, vyškolení v oboru pedikérských služeb.
- Thajská masáž nohy – kurz, zakončený certifikátem.
- Noha a její ploska – kurz, zakončený certifikátem.

Praxe

- KRYTÝ BAZÉN ROŽNOV, spol. s r. o
- ShantiSpa Rožnov pod Radhoštěm

V průběhu zaměstnání si postupně rozšiřovala vzdělání absolvováním výše uvedených kurzů, nabírala zkušenosti od druhých a postupně získávala praxi potřebnou k založení vlastní pedikúry.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 3. Vizitka

4.3.4 Vybavení živnosti

Nejnákladnější pro majitelku bude vybavení živnosti. Doposud byla vždy zaměstnancem a při své práci vlastní vybavení zaměstnavatel nevyžadoval. Neměla potřebu si ho pořizovat.

Veškeré potřebné vybavení chce majitelka financovat bankovním úvěrem ve výši 150 000 Kč, o který bude žádat u České spořitelny. Předběžné projednané podmínky úvěru: doba splácení je 5 let s měsíční splátkou 3 601 Kč, s úrokem 15,12 % a s RPSN 16,99 %. Banka si účtuje jednorázový poplatek za sjednání půjčky ve výši 1 100 Kč. V případě potřeby je možné měsíční splátku zvýšit nebo snížit až o 50 %.

Pedikérské náčiní, pomůcky, přístroje a ostatní potřebné věci k provozování služby budou zakoupeny přes internet na stránkách sapex-pedikura.cz. Firma nabízí kvalitní pedikérské potřeby. Po provedení zkušebního nákupu byla cena 76 102 Kč včetně slevy 2 %, kterou firma nabízí při nákupu přes e-shop.

Součástí pedikérských služeb je i tzv. Bio pedikúra, která vyžaduje speciální zařízení. Toto zařízení spolu s rybkami Garra Rufa bude pořízeno přes firmu Aquarel za cenu 16 300 Kč. V ceně je kompletní vybavení pro provoz bio pedikúry (akvárium v dřevěném rámu, topné tělísko, UV lampa, ostatní potřebná technika a 75 ks rybek) včetně informací, jak se správně starat o rybičky.

Dále bude zapotřebí nakoupit:

- nábytek (židle, stůl, pracovní stůl, skříň) – cca 15 000 Kč,
- kosmetické přípravky (oleje, krémy aj.) – cca 5 000 Kč,
- ručníky + ostatní (např. svíčky, balené nápoje) – cca 3 000 Kč.

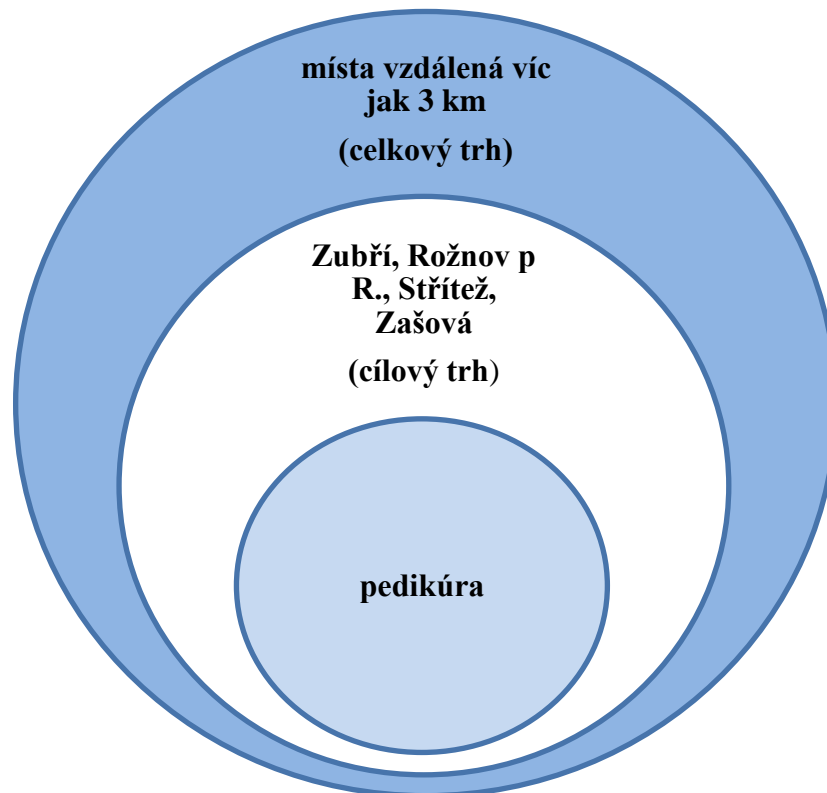
Celková částka na vybavení živnosti je odhadována na **115 402 Kč**, kterou by pokryla bankovní půjčka (150 000 Kč).

4.4 Analýza trhu

Jak již bylo na začátku uvedeno, pedikúra představuje kosmetickou péči o nohy a chodidla. Je zřejmé, že pedikúru upřednostňují spíše ženy než muži. Ty mají větší problémy se ztvrdlou kůží. Přesto to neznamená, že pedikúra je jen záležitost žen. Správně by měla být potřebou každého člověka a to bez ohledu na věk či pohlaví. Potencionálními zákazníky mohou být tedy lidé ve věku od 15-ti let.

4.4.1 Trh

Pedikúra se bude nacházet ve městě Zubří, poblíž Rožnova pod Radhoštěm, Stříteží nad Bečvou a Zašovou. Konkurenční prostředí se bude odvíjet od nejbližšího okolí cca 3 km.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 3. Vymezení trhu

Z důvodu velkého počtu konkurenčních podniků na celkovém trhu se majitelka zaměří na cílový trh a stane se tak jeho součástí. Její konkurenční schopnost bude vyšší v nejbližším okolí provozovny.

4.4.2 Konkurence

Za pomoci internetu si majitelka vyhledala konkurenční podniky na cílovém trhu. Celkový počet zaznamenaných podniků nabízejících pedikérské služby je 13. Číslo nemusí být konečné, mohou existovat i další oficiálně nezveřejněné pedikúry. Majitelka však bude vycházet z uvedeného počtu. V obci Zašová se nachází jedna pedikúra, devět v Rožnově p. R. a ve Stříteži nad B. žádná. V místě podnikání, v Zubří, jsou tři pedikúry.

Zašová

1. SALZA relaxační centrum Zašová (<http://www.salza.cz>) – bio pedikúra

Zubří

2. Ulrychová L. – mokrá pedikúra
3. Beauty studio Bellissima (<http://www.studiobellissima.cz>) – suchá pedikúra, reflexní masáž, parafínový zábal
4. Jurčíčková B. – suchá, mokrá p., reflexní masáž, parafínový zábal

Rožnov p R.

5. Mozaika zdraví a krásy (<http://www.lymfodrenaze-roznov.cz>) – suchá, mokrá p., reflexní masáž
6. Cosmetics Lady (<http://www.cosmeticslady.cz>) – suchá a mokrá p.
7. Studio RK (<http://www.studiork.cz>) – suchá p.
8. Shanti Spa (<http://www.shantispa.cz>) – suchá p., parafínový zábal
9. Hlucháňová J. – suchá, mokrá p., reflexní masáž, parafínový zábal
10. Krytý bazén Rožnov, spol. s.r.o. (<http://www.krytybazen.cz>) – suchá, mokrá p., reflexní masáž
11. Měrková J. – suchá, mokrá p., parafínový zábal
12. Graclíková B. – suchá p. (mobilní pedikúra)
13. Kosmetické a Relaxační studio (<http://www.korestudio.cz>) – thajská masáž

Uvedené konkurenční podniky nabízejí zákazníkům i jiné služby, které však nesouvisí s pedikúrou, např. kosmetické služby, manikúru, masáže jiného druhu, solárium, relaxaci v solné jeskyni aj.

V níže vyobrazené tabulce jsou uvedené konkurenční ceny služeb (v Kč) související s pedikúrou v Zubří (č. 14.).

Pedikúry	Suchá pedikúra	Mokrá pedikúra	Bio pedikúra	Reflexní masáž	Thajská masáž	Parafínový zábal
1.	—	—	300	—	—	—
2.	—	180	—	—	—	—
3.	250	—	—	230	—	100
4.	230	200	—	150	—	100
5.	250	220	—	230	—	—
6.	280	200	—	—	—	—
7.	300	—	—	—	—	—
8.	200	—	—	—	—	100
9.	220	180	—	150	—	80
10.	250	200	—	200	—	—
11.	200	190	—	—	—	80
12.	200	—	—	—	—	—
13.	—	—	—	—	350	—
14.	220	200	250	150	300	100

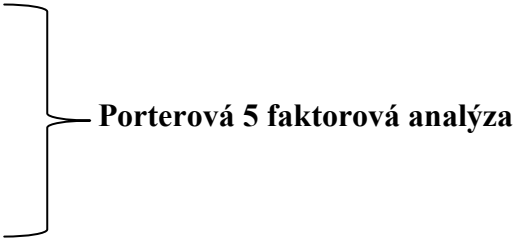
Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 2. Konkurenční ceny služeb cílového trhu

Služba - úprava a zdobení nehtů není zahrnuta v tabulce, jelikož ceny a možnosti provedení služby konkurenčních podniků jsou velmi odlišné.

Analýza konkurence

Za pomoci Porterovy analýzy bude provedena analýza konkurenčního prostředí dané oblasti. Cílem je identifikovat konkurenční podniky, zjistit jejich pozitivní a negativní vliv na pedikúru. Porterův model zahrnuje pět základních prvků:

- stávající konkurence,
 - potenciální konkurence,
 - dodavatelé,
 - odběratelé,
 - substituty.
- 
- Porterová 5 faktorová analýza**

Stávající konkurence

Současnou konkurenci tvoří 13 podniků, z toho tři jsou zaměřené pouze na pedikúru, čtyři provádí i kosmetické služby a manikúru, dva manikúru, jeden kosmetické služby, manikúru a masáže, jeden masáže a kosmetické služby, jeden bio pedikúru a jeden jen masáže. Žádný ze zmiňovaných podniků nenabídne zákazníkům stejné služby jako pedikúra v Zubří. Tři podniky poskytující pouze pedikúru nabízejí jen omezený způsob ošetření. Konkurenční výhodou pedikúry v Zubří bude její specializace zaměřená pouze na péči o nohy. Zákazníci budou mít možnost si vybrat z nabídky více způsobů ošetření svých chodidel. Zároveň jim bude poskytnuta odborná individuální porada, zaměřená přímo na jejich problémy.

Potenciální konkurence

Vstup nové konkurence na trh by mohlo ohrozit provoz pedikúry. V případě, že by nový podnik nabízel podobné služby (např. bio pedikúru), byly by na trhu už tři podniky se stejnou službou. Pravděpodobně by klesl počet zákazníků. Další hrozbu mohou představovat ceny nové konkurence. Pokud by poskytovala za stejné úkony nižší ceny, zákonitě dojde k úbytku zákazníků a následně i zisku. Ztrátu nelze přesně vyčíslit, protože mnozí lidé upřednostňují osobní dobrou zkušenost před cenou služby.

Dodavatelé

Dodavatelů je na trhu dostatek. Nepředstavují však pro pedikúru žádný problém. Během podnikání se majitelka může rozhodnout pro změnu dodavatele. Důležité je, aby dodavatel dodržoval sjednané podmínky.

Odběratelé

Odběratelé jsou zákazníci, kteří využívají nebo budou využívat pedikérských služeb. Počet odběratelů je značně velký. Z konkurenčních podniků na cílovém trhu nabízí thajskou masáž nohou pouze 1 podnik a bio pedikúru také jeden podnik. Lze tedy očekávat zájem zákazníků o pedikúru v Zubří.

Substituty

Pro provoz pedikúry představují hrozbu substituty, jako jsou pedikérské výrobky běžně dostupné v drogeriích např. výrobky značky Scholl (pilníky na paty, brusky na nohy, náplastí na kuří oka a puchýře aj.), dále masážní přístroje - vany na nohy, UV lampy na gelové nehty, tj. všechny produkty na trhu, díky kterým si lidé mohou dopřát neodbornou pedikúru doma.

4.5 Marketingový plán

Nedílnou součástí podnikatelského plánu je marketingový plán, který se skládá ze SWOT analýzy, marketingových cílů a strategií, marketingového mixu a marketingového rozpočtu

4.5.1 SWOT analýza

Analýza vnitřního a vnějšího prostředí tzv. SWOT analýza, umožní majitelce živnosti analyzovat nabízenou službu, uvědomit si její silné a slabé stránky, hrozby a příležitosti.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - kvalifikace - praxe v oboru - nové kvalitní vybavení - rozsáhlá nabídka služeb - péče o stálé zákazníky (bonus, dárčky) - umístění živnosti - příjemné prostředí 	<ul style="list-style-type: none"> - cizí zdroj financování - žádné zkušenosti s provozováním živnosti - pronajaté prostory
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> - rozšíření nabídky služeb - zvyšující se zájem nových zákazníků - další vzdělávání v oboru 	<ul style="list-style-type: none"> - konkurence - nedůvěřivost nových zákazníků - neziskovost - zánik živnosti

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 3. SWOT analýza

Silné stránky

Za silnou stránku lze považovat potřebnou kvalifikaci a vzdělání majitelky. Ukončení střední školy s kosmetickým zaměřením doplňuje získání různých certifikátů o absolvování kurzů v oboru. Tato skutečnost vzbudí v zákaznících větší důvěru. Stejně tak i praxe v pedikérských službách svědčí o větších zkušenostech. Majitelka si dala záležet na pořízení nového, hlavně kvalitního vybavení. Díky tomu může zákazníkům nabídnout rozsáhlou nabídku kvalitních služeb. Samozřejmostí je péče o stálé zákazníky. Těmto je

nutno projevit náklonost v podobě bonusů a poděkovat jim formou malého dárku za to, že si vybrali danou pedikúru. Zákazníkům bude dále nabídnuto příjemné domácí prostředí, kde budou mít možnost pohodlně posedět, poslechnout si relaxační hudbu a dopřát si tak celkový odpočinek. Velkou výhodou pro pedikúru je její umístění. Nachází se na frekventovaném, snadno dostupném místě poblíž centra města.

Slabé stránky

Slabou stránkou živnosti je bankovní půjčka, kterou bude každý měsíc splácet (3 601 Kč). Majitelka tak přeplatí zhruba 70 000 Kč. Nejen půjčka, ale i pronajaté prostory musí být každý měsíc uhrazeny částkou 3 000 Kč. Poslední slabinou pro živnost je, že majitelka nemá žádné zkušenosti se samostatným provozem pedikúry. Má jen výhodu zkušeností z předchozích zaměstnání.

Příležitosti

Mezi příležitostmi patří rozšíření nabídky služeb. V případě zájmů ze strany zákazníků by majitelka byla ochotná nabídnout širší rozsah svých služeb, např. depilace nohou, drátkové špony – léčba zarostlých nehtů aj. Důležité je snažit se každému klientovi vyjít vstříc a věnovat mu dostatečnou péči a čas, protože dobře odvedená práce může zajistit další zájem nových zákazníků. Absolvováním nových kurzů a neustálým sebevzděláváním v oboru dokáže majitelka rozšířit nabídku služeb a zajistit lepší péči svým klientům.

Hrozby

Největší hrozbu pro pedikúru představuje konkurence. V Zubří se nacházejí tři konkurenční podniky nabízející pedikérské služby. Bude proto obtížnější přilákat nové zákazníky, případně i od konkurence. Důsledkem malého počtu zákazníků by mohlo dojít i k zániku firmy, protože by živnost nebyla dostatečně prosperující a zisková.

4.5.2 Marketingové cíle a strategie

V této kapitole budou stanoveny marketingové cíle pedikúry, kterých chce majitelka dosáhnout během jednoho roku (10. 10. 2014 – 10. 10. 2015), včetně marketingové strategie, aby stanovených cílů majitelka dosáhla.

Primární cíl	Dosahovat zisku
Sekundární cíl	Zvýšit povědomí o službě Zajistit opakovanou koupi služby

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 4. Marketingové cíle

Hlavním cílem je, aby živnost dosahovala zisku. Toho bude docíleno v případě vyšších příjmů než výdajů. Výdaje pedikúry jsou víceméně dané a nelze je příliš ovlivnit. Lze však ovlivnit příjmy. Majitelka se proto zaměří na propagaci pedikúry ještě před zahájením činnosti, aby oslovila co nejvíce zákazníků. Jen díky velkému počtu zákazníků bude živnost zisková.

Měsíční výdaje:

- splátka půjčky – 3 601 Kč,
 - nájemné – 3 000 Kč,
 - zdravotní pojištění – 1 752 Kč,
 - sociální pojištění – 1 894 Kč,
- celkem = 10 247 Kč.

Celkové měsíční výdaje činí 10 247 Kč. Příjmy musí být jednoznačně vyšší než tyto výdaje. V případě, že by 100 zákazníků navštívilo pedikúru a využilo nabízených služeb v různém počtu, předpokládaný (nezdaněný) zisk by mohl být 15 113 Kč.

Příklad: (Ceník služeb viz příloha P I.)

<i>Služba</i>	<i>Počet zákazníků</i>	<i>Částka (Kč)</i>
<i>Bio pedikúra</i>	24	6 000
<i>Suchá pedikúra</i>	26	5 720
<i>Mokrá pedikúra</i>	30	6 000
<i>Thajská masáž</i>	5	1 500
<i>Reflexní masáž</i>	6	900
<i>Parafínový zábal</i>	9	900
<i>30 zákazníků ze 100 se rozhodne pro úpravu nehtů:</i>		
<i>a) Lakem</i>	19	1 140
<i>b) Gelem</i>	16	3 200
Celkem		25 360

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 5. Ukázkový příklad

Z uvedeného příkladu je zřejmé, že majitelka bude potřebovat alespoň 100 zákazníků v krátké době po založení živnosti, aby dosahovala nějakého zisku a měla vlastní příjem pro osobní spotřebu.

Sekundární cíl – zvýšit povědomí o službě chce majitelka docílit pomocí propagace a dobře odvedené práce. Spokojenost zákazníků je velmi důležitá, proto bude usilovat o maximální uspokojení zákazníka a rozšiřování služeb. Je si vědoma, že díky nim může získat další klienty. Jejich doporučením např. rodině, kolegům, kamarádům, si vytvořit dobré jméno. Spokojenost zákazníka pomůže zajistit i opakovanou koupi služby. Rozhodnutí znovu navštívit pedikuru závisí také na ceně a kvalitě služeb. Majitelka garantuje kvalitní služby v odpovídající ceně. Tímto by měla získat, co nejvíce zákazníků, kteří budou vytvářet zisky.

4.5.3 Marketingový mix

Produkt

Jedná se o nabízenou službu pedikúry, která poskytuje zákazníkům pedikérské služby. Služba je zaměřená pouze na péči o nohy a chodidla. Zákazníci si mohou vybrat z nabídky služeb vhodnou metodu ošetření. Nabídka zahrnuje přístrojovou pedikúru, mokrou pedikúru, bio pedikúru, masáže thajská a reflexní, parafinový zábal, úpravu a zdobení nehtů. Popis jednotlivých služeb viz kapitola 4.3.1.

Cena

Při určování cen si je třeba uvědomit cíl, kterého chceme dosáhnout. Pro pedikúru je to jednoznačně zisk. Majitelka si proto nemůže nastavit ceny služeb příliš nízko nebo příliš vysoko. Optimálním řešením se nabízí stanovení cen podle konkurence tzv. metoda orientovaná na konkurenci. Ceny budou krátkodobě nižší než ceny konkurence. Po zajištění zájmů zákazníků se ceny vyrovnají. V cenách budou zahrnuty výdaje na vybavení živnosti, díky kterému může zákazníkům poskytnout kvalitní služby. Ceník služeb je uvedený v příloze P I.

Propagace

Dobrá propagace vede ke splnění marketingových cílů. Aby majitelka svých cílů dosáhla, musí zvolit vhodný způsob propagace s přijatelnými marketingovými výdaji. Propagace bude zaměřena na blízké okolí pedikúry. To je především Zubří a místa vzdálená do 3 km (Rožnov pod Radhoštěm, Zašová, Střítež nad Bečvou). Záměrem propagace je informovat potencionální zákazníky o nově se otevírající pedikúře za pomoci:

- letáků,
- vizitek,
- místního tisku,
- webové stránky,
- informačního portálu města Zubří.

Letáky

K propagaci pedikúry budou použity letáky, jejichž úkolem bude upozornit místní obyvatele na nově se otevírající živnost, případně je informovat o nabízených službách. Majitelka nechá vytisknout 8 000 ks letáků o velikosti 85 x 55 mm, které budou následně rozneseny do schránek ještě před otevřením pedikúry. Dále budou umístěny ve zdravotních

střediscích a veřejných budovách. V Zubří bude umístěno 3 000 ks, v Rožnově 2 000 ks, v Zašově 2 000 ks a ve Stříteži 1 000 ks.

Vizitky

Vizitky budou připraveny pro zákazníky, kteří pedikúru navštíví osobně a budou se chtít informovat o službách nebo objednat. Umístěny budou hned po vstupu do pedikúry, aby si kdokoli v případě zájmu, vizitku mohl odnést. Majitelka si nechá vytisknout pouze 100 ks vizitek, protože nepředpokládá o ně velký zájem.

Místní tisk

Dalším způsobem propagace bude inzerce v místním tisku, jako jsou: Zuberské noviny, Zašovské noviny, které vychází 1x za měsíc a Spektrum Rožnovska vycházející 1x týdně. Inzerát informující o zřízení nové pedikúry bude vydán ještě před samotným otevřením provozovny. Opakovaně bude inzerován po zahájení činnosti, aby upoutal pozornost občanů.

Webová stránka

Pro potencionální zákazníky si nechá majitelka vytvořit webovou stránku, na které naleznou základní informace o nabízených službách, ceník, kontaktní údaje, mapu sídla živnosti a také kontaktní formulář. Půjde o jednostránkový web, jehož cílem bude informovat zákazníky. O zřízení www stránky se postará zkušená osoba zaměřená na tvorbu webových stránek. Adresa jejich stránek bude součástí inzerce a vizitek.

Informační portál

Jedná se o webovou stránku zubran.cz, která poskytuje aktuální informace (sportovní, kulturní aj.) města Zubří a blízkého okolí. Majitelka využije nabídky portálu nechat si zapsat firmu do katalogu firem, kde bude uvedený profil pedikúry (kontakty, adresa včetně mapy, otevírací doba). Je to dobrá příležitost, jak nabídnout své služby návštěvníkům portálu. Cena zápisu je pouze 100 Kč ročně. Součástí zubran.cz je i Facebook, jehož správce slíbil po založení živnosti zveřejnění odkazu na pedikúru zcela zdarma. Facebook informačního portálu se líbí 812 lidem, z čeho lze usoudit jeho sledovanost. Majitelka si zajistí nenákladnou a efektivní propagaci svých služeb.

Distribuce

Pedikúra bude provozována v Zubří, v pronajatých prostorech, kde budou zákazníkům poskytnuty pedikérské služby. Distribucí je v tomto případě místo, kde bude služba vykonávána. Jedná se o přímý kontakt se zákazníkem.

4.5.4 Marketingový rozpočet

Marketingový rozpočet zobrazuje přehled jednotlivých druhů propagace včetně jejich ceny. Na tyto výdaje budou použity finanční prostředky z bankovního úvěru.

	PROPAGACE	MNOŽSTVÍ (KS)	CENA (Kč)
	Vizitky	100	429
	Letáky	8 000	8 351
	Webová stránka	1	2 490
	Info. Portál	1	100
	Zuberské noviny ⁶	2	400
	Zašovské noviny ⁷	2	402
	Spektrum Rožnovska ⁸	2	440

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 6. Marketingový rozpočet

Celkové marketingové výdaje vynaložené na propagaci pedikúry budou **13 854 Kč**.

⁶ výška 13 cm, šířka 4,5 cm (1/2 sloupce)

⁷ výška 13 cm, šířka 4,5 cm (1/2 sloupce)

⁸ výška 5 cm, šířka 4,4 cm (1 sloupek)

4.6 Finanční plán

Finanční plán tvoří přehled příjmů a výdajů od zahájení podnikání až po dobu tří let. Předpokládané příjmy a výdaje během každého roku jsou následně rozepsané. Hlavním zdrojem financování živnosti bude úvěr ve výši 150 000 Kč.

PRVNÍ ROK

VÝDAJE	CENA (Kč)
Vyřízení živnostenské oprávnění	1 300
Vyřízení bankovního úvěru	1 100
Vybavení pedikúry	115 402
Propagace	13 854
Nájem	36 000
Ostatní výdaje	10 000
Celkové roční výdaje	177 227

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 7. Výdaje v prvním roce

V prvním roce bude mít majitelka vysoké výdaje tvořené i jednorázovými poplatky, jako je vyřízení živnostenského oprávnění a bankovního úvěru. Největší položkou bude celkové vybavení a zařízení pedikúry. Jen cena pedikérského křesla je 27 830 Kč, bude se tedy jednat o drobný dlouhodobý majetek. Žádné z vybavení nespadá do kategorie dlouhodobého majetku. Majetek však bude jednorázově odepsán. Další položkou bude propagace – nezbytná pro nově začínající živnost. Samozřejmostí bude nájem, vzhledem k tomu, že majitelka nevlastní žádné prostory k podnikání. Do ostatních výdajů bude spadat nákup potřebného materiálu (krémy, oleje, dezinfekce, žiletky, brusky aj.), krmení pro rybičky atd.

PŘÍJMY	CENA (Kč)
Prodej služeb	304 320
Celkové roční příjmy	304 320

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 8. Příjmy v prvním roce

Odhadované příjmy vychází z příkladu uvedeného v kapitole 3.5.3. (25 360 x 12).

Výpočet výdajů podle skutečnosti:

- $304\,320 - 177\,227 = 127\,093$
- 127 000 (zaokrouhleno) → daň (15%)
daň před slevou = 19 050
daň po slevě = 0,- (19 050 – 24 840)

Výpočet výdajů podle paušálu (60%):

- $304\,320 \times 0,6 = 182\,592$
- $304\,320 - 182\,592 = 121\,728$
- 121 700 (zaokrouhleno) → daň (15%)
daň před slevou = 18 255
daň po slevě = 0,- (18 255 – 24 840)

DRUHÝ ROK

VÝDAJE	CENA (Kč)
Nájem	36 000
Propagace	5 616
Ostatní výdaje	30 000
Celkové roční výdaje	71 616

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 9. Výdaje v druhém roce

V druhém roce podnikání zůstanou výdaje za nájem stejné, ale výdaje za propagaci se sníží. Na propagaci bude použito 200 ks vizitek (548 Kč), informační portál města Zubří (100 Kč) a místní tisk (4 968 Kč). Své služby bude majitelka v tisku inzerovat častěji. Upoutávající reklama na pedikúru bude inzerována čtyřikrát ročně, tzn. jednou za čtvrt roku. Ostatní provozní výdaje se zvýší, protože bude zapotřebí nakoupit více materiálu, pedikérských výrobků a drobných dáreků pro věrné zákazníky.

PŘÍJMY	CENA (Kč)
Prodej služeb	365 184
Celkové roční příjmy	365 184

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 10. Příjmy v druhém roce

V tomto roce se předpokládá navýšení příjmů o 20 % než v prvním roce podnikání.

Výpočet výdajů podle skutečnosti:

- $365\,184 - 71\,616 = 293\,568$
- 293 600 (zaokrouhleno) → daň (15%)
daň před slevou = 44 040
daň po slevě = 19 200 (44 040 – 24 840)
- $293\,568 - 19\,200 = 274\,368$

Výpočet výdajů podle paušálu (60%):

- $365\,184 \times 0,6 = 219\,110,4$
- $365\,184 - 219\,110,4 = 146\,073,6$
- 146 000 (zaokrouhleno) → daň (15%)
daň před slevou = 21 900
daň po slevě = 0,- (21 900 – 24 840)

TŘETÍ ROK

VÝDAJE	CENA (Kč)
Nájem	36 000
Propagace	5 616
Ostatní výdaje	50 000
Celkové roční výdaje	91 616

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 11. Výdaje ve třetím roce

Ve třetím roce budou výdaje za nájemné a propagaci opět stejné, ale ostatní provozní výdaje se znovu navýší. Důvodem navýšení bude rozšíření nabídky. Majitelka bude chtít zákazníkům nabídnout další služby, proto bude muset dokoupit potřebný materiál. Nadále budou v ostatních provozních výdajích zahrnuty výdaje každodenní činnosti.

PŘÍJMY	CENA (Kč)
Prodej služeb	401 702,4
Celkové roční příjmy	401 702,4

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 12. Příjmy ve třetím roce

Celkové předpokládané příjmy budou ve třetím roce navýšeny ještě o 10 %. Důvodem bude rozšíření nabídky, díky které bude předpokládaná vyšší návštěvnost.

Výpočet výdajů podle skutečnosti:

- $401\,702,4 - 91\,616 = 310\,086,4$
- 310 000 (zaokrouhleno) → daň (15%)
daň před slevou = 46 500
daň po slevě = 21 660 (46 500 – 24 840)
- $310\,086,4 - 21\,660 = 288\,426,4$

Výpočet výdajů podle paušálu (60%):

- $401\,702,4 \times 0,6 = 241\,021,44$
- $401\,702,4 - 241\,021,44 = 160\,680,96$
- 160 700 (zaokrouhleno) → daň (15%)
daň před slevou = 24 105
daň po slevě = 0 (24 105 - 24 840)

Shrnutí

Na základě uvedených výpočtů bude pro majitelku výhodnější zvolit způsob výdaje paušálem pro výpočet daně (daňového přiznání). U volné živnosti je paušál 60 % z příjmů. Rozdíl příjmů a výdajů, které ovlivňují základ daně, činí:

První rok	121 728
Druhý rok	146 073,6
Třetí rok	160 680,96

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 13. Rozdíl příjmů a výdajů (v Kč)

V každém roce bude muset majitelka hradit z předpokládaného rozdílu příjmů a výdajů ještě zdravotní a sociální pojištění, splátku úvěru.

4.7 Rizika

Každé podnikání přináší určitá rizika. Pro pedikúru jsou to tato:

Interní rizika

- **Úhyn rybiček** – pro bio pedikúru jsou nezbytné rybičky *Garra rufa*, které okusují odumřelou kůži na nohou. Po zakoupení rybek se předpokládá malý úhyn vlivem nového prostředí. Může však dojít k velkému úhynu (denně 10 – 20 ryb). Tomu se dá předejít každodenní péčí (krmení, potřebná fungující technika). Případné ztráty rybiček musí být vyrovnány zakoupením nových.
- **Pronájem** – majitelka bude provozovat své služby v pronajatých prostorech. Smlouva bude uzavřena na dobu neurčitou. Hrozí však riziko, že majitel objektu může od smlouvy kdykoliv odstoupit, např. dostane od jiného podnikatele lepší nabídku nebo bude potřebovat prostory k vlastnímu podnikání. Pedikúra by musela být přemístěná do jiných prostor, což by znamenalo pro majitelku další náklady. Vývoj ekonomiky může rovněž přinést výrazné zvyšování energií.

Externí rizika

- **Nízký počet zákazníků** – toto riziko může ovlivnit provoz pedikúry natolik, až by mohlo vést k jejímu zániku. Příčinou nízkého zájmu může být např. neuspokojení zákazníků, špatná komunikace, konkurence apod. Majitelka bude předcházet tomuto riziku pomocí propagace, kterou si zajistí vyšší návštěvnost. Dále uspokojením přání a potřeb zákazníků, individuálním přístupem ke každému. Konkurovat okolním podnikům bude rozsáhlou nabídkou svých služeb specializovanou pouze na nohy a dobrými cenami.

5 DOPORUČENÍ

Obsahem této kapitoly bude navrhnout doporučení pro majitelku pedikúry a udělit rady pro správný chod živnosti.

Z hlediska finančního plánu by měla majitelka jednoznačně uplatnit paušální výdaje procentem. Neboť předpokládané výdaje v každém roce budou ve skutečnosti nižší, než jaké uplatní procentem z příjmů. V prvním roce podnikání budou zřejmě vysoké výdaje, živnost tedy nebude tolik zisková. Proto bude zapotřebí využít i vlastních finančních prostředků, např. úspory. Naopak, v druhém roce bude živnost vytvářet značný zisk. Příjmy z prodeje služeb by se zde měly zvýšit o 20%. Předpokladem pro navýšení bude poskytování kvalitních služeb, vytvoření dobrého jména, čímž majitelka získá větší počet zákazníků. Ve třetím roce podnikání by se měly příjmy navýšit ještě o 10 %. Toho by měla majitelka docílit rozšířením svých služeb. Nabídnout zákazníkům další služby, o které projeví zájem v průběhu dvou let. Jen správnou komunikací s klienty zjistí jejich přání a potřeby.

V průběhu podnikání bude pro majitelku nezbytné nadále prohlubovat své znalosti a vzdělání např. absolvováním kurzů, aby mohla zákazníkům nabídnout další služby.

Marketingová propagace bude úspěšná v případě, kdy bude zvlášť přizpůsobená každému roku. Chybou by bylo např. otištění inzerce v místním tisku se stále stejným zněním. Aby se majitelka takové chybě vyhnula, bude si muset na každý rok připravit nový zajímavý inzerát. V prvním roce bude chtít přilákat zákazníky a informovat je o nově otevírající pedikúře. Obsahem inzerátu bude nabídka služeb, umístění pedikúry, kontaktní údaje (webová stránka, telefonní číslo). Totéž by měly obsahovat i letáky. V druhém roce bude kladen důraz na větší počet zákazníků. Součástí inzerátu bude i bonus pro věrné zákazníky a nabízený zákaznický servis. Ve třetím roce navíc zmíní nové služby, o které rozšíří stávající nabídku, aby dosáhla navýšení o 10 %.

Uvedená doporučení mohou být majitelce nápomocná k jejímu úspěšnému podnikání.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo vypracovat podnikatelský plán na založení nové živnosti pro osobu jménem Ivana Malinová, jenž plánuje zřízení vlastní služby – pedikúry. Podkladem pro zpracování podnikatelského plánu byly uvedené informace v teoretické části bakalářské práce.

Mým záměrem bylo sestavit plán na „míru“ pedikérce podle její vize. Tato vize je obsahem praktické části BP, kde spolu s podnikatelským plánem vytváří náhled na realizaci podnikání v oboru pedikérských služeb.

Provedením SWOT analýzy se prokázaly silné stránky pedikúry, které převažují nad slabými. Tuto skutečnost hodnotím jako dobrý předpoklad pro zahájení podnikání. Zvláště začátek podnikání může ohrozit velká konkurence v oboru. Majitelka živnosti bude konkurovat okolním podnikům svými výhodnými cenami a širokou nabídkou služeb. Porovnáním cen s konkurenčními podniky (kapitola 4.4.2) vyplývá správné nastavení cen nabízených služeb.

Vzhledem ke konkurenci byla provedena Porterova analýza, ze které je zřejmé, že majitelka se správně zaměřila na specializaci při svém podnikání – péče o nohy a chodidla. Žádný podnik na cílovém trhu nenabízí pedikérské služby v takovém rozsahu, což označuji za jednoznačnou konkurenční výhodu nové živnosti. Lze tedy očekávat pozitivní ohlas ze strany zákazníků a rozšiřování jejich počtu.

Majitelka živnosti má šanci uspět v podnikání v tomto oboru jen za cenu velkého osobního a pracovního nasazení. Musí se vyrovnat i s počátečním neúspěchem a problémy, které bude muset překonat. Lze očekávat, že zejména v prvním roce může být firma dokonce i ztrátová. Přesto si myslím, že má se svým záměrem šanci uspět.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. ČESKO. Zákon č. 455/1991 Sb.: Živnostenský zákon paragraf § 2. *Sbírka zákonů České republiky*. © 2014. Dostupné z: <http://www.sbirkazakonu.info/zivnostensky-zakon/zivnosti-je-soustavna-cinnost-provozovana-sam.html>
2. ČESKO. Zákon č. 455/1991 Sb.: Živnostenský zákon paragraf § 6. *Sbírka zákonů České republiky*. © 2014. Dostupné z: <http://www.sbirkazakonu.info/zivnostensky-zakon/vseobecne-podminky-provozovani-zivnosti.html>
3. ČESKO. Zákon č. 40/1964 Sb.: Občanský zákoník paragraf § 20. *Sbírka zákonů České republiky*. © 2014. Dostupné z: <http://www.sbirkazakonu.info/obcansky-zakonik/pravni-ukony-pravnicke-osoby-ve-vsech-vecec.html>
4. ČESKO. Zákon č. 40/1964 Sb.: Občanský zákoník paragraf § 33. *Sbírka zákonů České republiky*. © 2014. Dostupné z: <http://www.sbirkazakonu.info/obcansky-zakonik/prekrocil-li-zmocnenec-sve-opravneni-vyply.html>
5. ČESKO. Zákon č. 40/1964 Sb.: Občanský zákoník paragraf § 30. *Sbírka zákonů České republiky*. © 2014. Dostupné z: <http://www.sbirkazakonu.info/obcansky-zakonik/dojde-li-ke-stretnuti-zajmu-zakonneho-zastu.html>
6. ČESKO. Zákon č. 40/1964 Sb.: Občanský zákoník paragraf § 420. *Sbírka zákonů České republiky*. © 2014. Dostupné z: <http://www.sbirkazakonu.info/obcansky-zakonik/kazdy-odpovida-za-skodu-kterou-zpusobil-por.html>
7. ČESKO. Zákon č. 40/1964 Sb.: Občanský zákoník paragraf § 421. *Sbírka zákonů České republiky*. © 2014. Dostupné z: <http://www.sbirkazakonu.info/obcansky-zakonik/kazdy-kdo-od-jineho-prevzal-vec-jez-ma-b.html>
8. HORZINKOVÁ, E. a V. URBAN, 2008. Živnostenský zákon a předpisy související s komentářem a příklady. 12. aktualizované a dopl. vyd. Praha: Linde. ISBN 978-80-7201-720-1.
9. KORÁB, V., PETERKA, J. a M. ŘEZŇÁKOVÁ, 2007. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
10. KORÁB, V. a M. MIHALISKO, 2005. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. 1. vyd. Brno: Computer Press. 252 s. ISBN 80-251-0592-X.
11. ŠTĚPÁNOVÁ, SILVIE, 2007. *Zakládáme a provozujeme živnost: podnikání podle živnostenského zákona*. 1. vyd. Brno: Computer Press. 210 s. ISBN 978-80-251-1735-4.

12. WUPPERFELD, UDO, 2003. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha: Management Press. 159 s. ISBN 8072610759.
13. ABRAMS, RHONDA, 2010. *Successful business plan : secrets & strategies*. 5th ed. Palo Alto, Calif.: The Planning Shop. Chapter 1, The Successful Business, s. 3.
14. ZALOZFIRMU. *Zalozfirmu.cz* [online]. ©2008 – 2014. Dostupné z: <http://www.zalozfirmu.cz>.
15. PROMARKETING. Co by mě obsahovat marketingový plán. *Promarketing.cz* [online]. © 2002-2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.promarketing.cz/2002/11/26/co-by-mel-marketingovy-plan-obsahovat/>
16. IPODNIKATEL. Právnická osoba – základní rysy obchodních společností. *iPodnikatel.cz* [online]. © 2011-2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-obchodni-spolecnosti/pravnicka-osoba-zakladni-rysy-obchodnich-spolecnosti.html>
17. IPODNIKATEL. Jak založit družstvo. *iPodnikatel.cz* [online]. © 2011-2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-obchodni-spolecnosti/jak-zalozit-druzstvo.html>
18. Mapy.cz. Hlavní 633, Zubří – Mapy.cz. *Mapy.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.mapy.cz/zakladni?x=18.0919790&y=49.4701608&z=16&source=firm&id=12798913>
19. GARRA.WZ. *garra.wz.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.garra.wz.cz/index.htm>
20. JAKPODNIKAT. Paušální výdaje procentem. *jakpodnikat.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.jakpodnikat.cz/pausalni-vydaje-procentem.php>
21. TISKNISI. Ceník vizitek. *tisknisi.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.tisknisi.cz/cs/cenik-vizitek.html>
22. KORESTUDIO. Kosmetické a relaxační studio. *korestudio.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.korestudio.cz/index.html>
23. SPEKTRUMROZNOVSKA. Inzerce ve čtrnáctideníku spektrum Rožnovska. *spektrumroznovska.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.spektrumroznovska.cz/index.php?page=inzerce>

24. PAVELTRAVNICEK. Ceny internetových stránek. *paveltravnicek.eu* [online]. © 2010-2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://paveltravnicek.eu/levne-www-stranky/ceny-webu/>
25. AQUAREL. *Aquarel.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.aquarel.cz/index.php?id=sluzba>
26. ZUBRAN. Reklama na zubran.cz. *Zubran.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.zubran.cz/reklama-na-zubran-cz/>
27. SAPEX-PEDIKURA. *sapex-pedikura.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://sapex-pedikura.cz/>
28. SALZA. Relaxačním centrum. *salza.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.salza.cz/>
29. LYMFODRENAZE-ROZNOV. Mozaika zdraví a krásy. *lymfodrenaze-roznov.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.lymfodrenaze-roznov.cz/>
30. STUDIOBELLISSIMA. Bellissima beauty studio. *studiobellissima.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.studiobellissima.cz>
31. COSMETICSLADY. Lenka Milenovská. *cosmeticslady.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.cosmeticslady.cz/>
32. STUDIORK. Studio RK beauty. *studiork.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.studiork.cz/o-nas>
33. SHANTISPA. *shantispa.cz* [online]. © 2013 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.shantispa.cz/>
34. KRYTYBAZEN. Ostatní služby. *krytybazen.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: <http://www.krytybazen.cz/index.php?mod=page&record=24>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

OZ	Občanský zákoník
OS	Obchodní společnost
OR	Obchodní rejstřík
FO	Fyzická osoba
PO	Právnícká osoba
ZK	Základní kapitál
ŽZ	Živnostenský zákon
ŽÚ	Živnostenský úřad

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Aspekty rozhodovacího procesu o založení podniku	12
Obr. 2. Sídlo živnosti	29
Obr. 3. Vizitka	30

SEZNAM TABULEK

Tab. 1. Provozní doba	26
Tab. 2. Konkurenční ceny služeb cílového trhu	34
Tab. 3. SWOT analýza.....	37
Tab. 4. Marketingové cíle	39
Tab. 5. Ukázkový příklad	40
Tab. 6. Marketingový rozpočet.....	43
Tab. 7. Výdaje v prvním roce	44
Tab. 8. Příjmy v prvním roce.....	45
Tab. 9. Výdaje v druhém roce.....	45
Tab. 10. Příjmy v druhém roce	46
Tab. 11. Výdaje ve třetím roce	47
Tab. 12. Příjmy ve třetím roce	47
Tab. 13. Rozdíl příjmů a výdajů (v Kč).....	48

SEZNAM PŘÍLOH

PI Ceník

PŘÍLOHA P I: CENÍK

Ceník

o Suchá přístrojová pedikúra (medicinální)	40 min.	220 Kč
o Klasická mokrá pedikúra	45 - 60 min.	200 Kč
o Bio pedikúra	30 min.	250 Kč
o Thajská masáž	60 min.	300 Kč
o Reflexní masáž	30 min.	150 Kč
o Parafínový zábal	20 min.	100 Kč
o Úprava a zdobení nehtů		
Lakem		60 Kč
Gelem		200 Kč
Ozdoby		40 Kč