

Podnikatelský plán na založení malého podniku

Lenka Pustinová

Bakalářská práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta logistiky a krizového řízení

Ústav logistiky

akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lenka PUSTINOVÁ**
Osobní číslo: **L09860**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Logistika a management**

Téma práce: **Podnikatelský plán na založení malého podniku**

Zásady pro vypracování:

1. Charakterizovat malý podnik podle norem České republiky a EU a podmínky pro jeho založení
2. Provést rešerši legitimních podmínek vážících se na založení speciálního podniku
3. Na základě analýzy PEST vyhodnotit dotazník a vypracovat podnikatelský plán



[Signature]
doc. Ing. Jaroslav Pustín, Ph.D.
ředitel ústavu

[Signature]
doc. Ing. Jaroslav Pustín, Ph.D.
ředitel ústavu

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

[1] SRPOVÁ, Jitka, et al. Podnikatelský plán. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1263-1. nl

[2] SRPOVÁ, J., I. SVOBODOVÁ, P. SKOPAL a T. ORLÍK. Podnikatelský plán a strategie. Praha: GRADA Publishing, 2011. ISBN: 978-80-247-4103-1. nl

[3] KORÁB, V., M. REŽŇÁKOVÁ a J. PETERKA. Podnikatelský plán. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0. nl

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: **prof. PhDr. Vladimír Šefčík, CSc.**
Ústav ekonomie

Datum zadání bakalářské práce: **15. prosince 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **11. května 2012**

V Uherském Hradišti dne 23. února 2012



prof. Ing. Josef Polášek, Ph.D.
děkan



doc. Ing. Jaroslav Rašner, CSc.
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Bakalářská práce na téma „Podnikatelský plán na založení malého podniku“ představuje podnikatelský plán na založení specifického podniku. Teoretická část je zaměřena na definici a úlohy malého a středního podnikání v národním hospodářství, provedení rešerše legitimních podmínek vázících se na založení speciálního podniku a na teoreticky popsané jednotlivé části podnikatelského plánu. V praktické části je proveden podnikatelský plán na založení zvířecího hřbitovu.

Klíčová slova: malý podnik, podnikatelský plán, legitimní podmínky, založení podniku, zvířecí hřbitov.

ABSTRACT

The theme of this thesis is „The business plan of establishment of small company“, contains business plan of establishment of specific company. Theoretical part is focused on definition and role of small and middle business in national economy, research of legitimate conditions that are linked to the establishment of special business and there are theoretically described all parts of business plan. The practical part is focused on plan of establishment of pet cemetery.

Keywords: small company, business plan, legitimate conditions, establishment of business, pet cemetery.

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat svému vedoucímu bakalářské práce panu prof. PhDr. Vladimíru Šefčíkovi, CSc. za jeho rady, cenné připomínky a čas, který mi věnoval při psaní bakalářské práce. Samozřejmě bych dále ráda poděkovala své rodině za její trpělivost a podporu během celé doby studia.

Prohlašuji, že

- 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 předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v archivu Fakulty logistiky a krizového řízení Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji 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 předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona 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);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

- že jsem na bakalářské práci pracoval/a samostatně a použitou literaturu jsem citoval/a. V případě publikace výsledků budu uveden/a jako spoluautor/ka;
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V Uherském Hradišti dne 9.5.2012.....

Pušková.....

podpis studenta/ky

OBSAH

| | |
|---|-----------|
| ÚVOD | 10 |
| I TEORETICKÁ ČÁST | 11 |
| 1 MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY | 12 |
| 1.1 PŘÍNOSY MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ VE SPOLEČENSKÉ SFÉŘE | 12 |
| 1.2 PŘÍNOSY MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ DO ČESKÉ EKONOMIKY | 13 |
| 2 ŽIVNOST A PODNIKÁNÍ | 15 |
| 2.1 VZNIK A ZÁNİK KONCESOVANÉ ŽIVNOSTI..... | 16 |
| 2.2 ZÁKON O POHŘEBNICTVÍ | 17 |
| 2.3 VETERINÁRNÍ ZÁKON | 18 |
| 3 PODNIKATELSKÝ PLÁN | 19 |
| 3.1 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU..... | 20 |
| 3.1.1 Obsah..... | 21 |
| 3.1.2 Obecný popis..... | 21 |
| 3.1.3 Analýza trhu | 22 |
| 3.1.4 SWOT analýza | 22 |
| 3.1.5 Zkoumání rizik | 22 |
| 3.1.6 Cíle a strategie podniku..... | 22 |
| 3.1.7 Marketingová strategie a nástroje | 22 |
| 3.1.8 Finanční plán | 23 |
| II PRAKTICKÁ ČÁST | 26 |
| 4 VSTUP DO PODNIKÁNÍ | 27 |
| 4.1 VOLBA PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ | 27 |
| 4.2 NÁZEV A UMÍSTĚNÍ PODNIKU..... | 28 |
| 4.2.1 Umístění | 28 |
| 4.3 PŘEDSTAVENÍ PODNIKU A JEHO CÍLŮ | 29 |
| 4.4 PODNIK A JEHO PRACOVNÍCI..... | 30 |
| 4.4.1 Pracovní doba..... | 31 |
| 4.5 PODNIK A JEHO ZÁKAZNÍCI..... | 32 |
| 5 ANALÝZA TRHU | 33 |
| 5.1 KONKURENCE | 33 |
| 5.2 DODAVATELÉ..... | 36 |
| 5.3 SWOT ANALÝZA | 38 |
| 5.3.1 Eliminace hrozeb na minimum | 40 |
| 6 URČENÍ CÍLOVÉHO STAVU | 41 |
| 6.1 STRATEGIE NAPLNĚNÍ CÍLŮ | 41 |
| 6.2 KONTROLNÍ MECHANISMUS DOSAHOVÁNÍ CÍLŮ..... | 42 |
| 7 FINANČNÍ PLÁN | 44 |
| 7.1 POŘIZOVACÍ VÝDAJE | 44 |
| 7.2 MZDA PRACOVNÍKA | 45 |
| 7.3 HOSPODAŘENÍ PODNIKU | 46 |
| 7.3.1 Pesimistická varianta..... | 46 |

| | | |
|--|-----------------------------|-----------|
| 7.3.2 | Reálná varianta..... | 49 |
| 7.3.3 | Optimistická varianta | 53 |
| ZÁVĚR | | 57 |
| SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY..... | | 58 |
| SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK..... | | 60 |
| SEZNAM OBRÁZKŮ | | 61 |
| SEZNAM TABULEK..... | | 62 |
| SEZNAM PŘÍLOH..... | | 63 |

ÚVOD

Malé a střední podnikání má v dnešní době velký význam pro národní hospodářství. Drob- ní podnikatelé působí ve velkém množství v různých odvětvích, jako jsou výroba, obchod a služby. Malé podniky se z podstatné části podílí na obchodě, ale je zřejmě otázka času, než je zcela zastíní supermarkety, které jsou stavěny na okrajích větších měst. Ve sféře služeb se nachází spousta malých a středních podniků, jenž svými podnikatelskými čin- nostmi naplňují volný čas zákazníka. O těchto podnicích by se mohlo říci, že představují určitý doplněk k velkým korporacím. Zaměřují se hlavně na kvalitu produkovaných služeb a výrobků a ne na kvantitu. Jsou to produkty, které nemohou vzniknout ve velkých korpo- racích. Proto a i z mnoha dalších důvodů jsou malé a střední podniky zapojeny do moder- ních ekonomik. Stát a především Evropská unie se své členské země snaží finančně podpo- rovat různými programy a dotacemi.

Cílem bakalářské práce, na základě získaných teoretických poznatků a výše uvedených skutečností, je provést dotazníkové šetření a zpracovat podnikatelský plán specifického malého podniku - zvířecího hřbitovu. Tento specifický podnik bude zaměřen na služby spojené s pohřbíváním a zajištěním kremace zvířat.

Zmiňovaný cíl naplňuji ve dvou částech své práce. V teoretické části je charakterizován význam malého a středního podnikání pro ekonomiku ČR, uvedeny definice a výhody a nevýhody malého a středního podnikání. Dále je specifikována živnost a představeny důležité zákony pro založení a chod podniku. Nakonec popisuji podnikatelský plán a jednotlivé jeho části.

V praktické části na tomto základě řeším konkrétní problémy se založením podniku - od analýzy trhu s daným produktem až po finanční rozvahu z hlediska fungování podniku.

Často se stává, že než dojde k samotnému založení podniku, mohou se objevit různé změ- ny. Samozřejmě k nim dochází i během podnikání. Je důležité tyto změny zaznamenávat a pracovat s nimi v podnikatelském plánu. Jinak by mohlo dojít k zastarání a nepoužitel- nosti tohoto plánu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY

„Mikropodniky, malé a střední podniky jsou motorem evropského hospodářství. Jsou základním zdrojem pracovních příležitostí, vytvářejí podnikatelského ducha a inovace v EU, a jsou tedy rozhodující pro posílení konkurenceschopnosti a zaměstnanosti. Nová definice malých a středních podniků, která vstoupila v platnost dne 1. ledna 2005, představuje významný krok směrem k lepšímu podnikatelskému prostředí pro malé a střední podniky a zaměřuje se na podporu podnikání, investic a růstu.“ [11, s. 3]

Mikropodnik – Počet zaměstnanců je maximálně 10.

- Obrat za rok či aktiva podniku nejsou vyšší než korunový ekvivalent 2 mil. EUR.

Malý podnik - Počet zaměstnanců je maximálně 50.

- Obrat za rok či aktiva podniku nejsou vyšší než korunový ekvivalent 10 mil. EUR.

Střední podnik – Počet zaměstnanců je maximálně 250.

- Obrat za rok či aktiva podniku nejsou vyšší než korunový ekvivalent 250 mil. EUR, nebo celková bilanční suma rozvahy za rok není vyšší než 43 mil. EUR. [1]

1.1 Přínosy malého a středního podnikání ve společenské sféře

Podnikání v oblasti malých a středních firem umožňuje svobodné uplatnění občanovi – podnikateli. Dostává šanci pro samostatnou realizaci v produktivním procesu. Lidé v této sféře podnikání se učí zodpovědnosti a jak přežít, jelikož důsledky omylů a neúspěchů nesou osobně. Každá jejich špatná volba pro ně může znamenat pád a vlastní ztrátu.

Malé a střední podniky nebývají zpravidla vlastněny zahraničními subjekty, a proto reprezentují místní kapitály. Efekty z podniku většinou zůstávají v daných regionech, je dobré proto podporovat rozvoj malého a středního podnikání. Je to rychlý a ekonomický způsob jak ekonomicky oživit region.

Dále bývá pravidlem, že podnikatel v daném regionu i bydlí. Proto má k němu určitý vztah a vedle zprostředkování zaměstnanosti a ekonomických přínosů, se může stát sponzorem

různých akcí. Mikropodniky, jako mohou být kavárny, drobné krámký, provozovny služeb, apod. dotvářejí hospodářský a kulturní život ve městech a na vesnicích. [8]

1.2 Přínosy malého a středního podnikání do české ekonomiky

Uvedené podniky představují významný sektor tržní ekonomiky. Důvody, proč se danému sektoru věnuje trvalá pozornost, jsou v přednostech malých a středních podniků, ale zároveň rovněž v nevýhodách. [13]

Přednosti

Jednou z nich je poměrně velká schopnost absorbce pracovní síly, většinou té, která se uvolní z velkých firem, a tak dochází k udržování určité hladiny zaměstnanosti v regionech. [8]

Na výkonu a stabilitě české ekonomiky se dnes už významně podílí kapacita MSP. Jak uvedl český statistický úřad na svých internetových stránkách 29. 11. 2010, zaměstnanost by klesala rychleji, nebýt aktivity sektoru MSP. [13]

Vzhledem k dobré schopnosti MSP snadno a rychle se přizpůsobit požadavkům zákazníka, jsou nositeli mnoha drobných inovací. MSP se uplatňují hlavně na lokálních trzích, např. uspokojením individuálního přání zákazníka. Dále se angažují v okrajových oblastech trhu, jelikož tyto oblasti jsou pro velké podniky nezajímavé. V dnešní době mezinárodních korporací a řetězců, působí MSP jako monopolní protipól. Staví se proti posilování monopolních tendencí. [8]

MPS má schopnost zaplnit mezeru v obchodních vztazích mezi velkými podniky, jako subdodavatel. Nejznámějším příkladem jsou automobilky, které nakupují různé díly až z 60 % u dodavatelů, kteří jsou tvořeni z malých a středních podniků. [8]

Nevýhody

V budoucnu na malé a střední podnikání i nadále čekají některá omezení:

- obtížný a tím pádem i nákladnější přístup ke kapitálu a informacím,
- automaticky nemají možnost podnikat v oboru v němž je potřeba velkých investic,
- nemají dostatek financí na zaměstnání špičkových vědců, manažerů, apod.,
- při prosazování dumpingových cen velkými korporacemi mohou být silně ohroženy,

- neustále se zvětšující množství a změny právních předpisů, hygienických norem, veterinárních norem apod., klade na podnikatele nemalé požadavky,
- atd. [8]

2 ŽIVNOST A PODNIKÁNÍ

V literatuře můžeme dnes nalézt hodně vysvětlení k pojmům podnikání, podnikatel a podnik. Definice podnikání mohou být děleny z hlediska:

- Ekonomického – jde o proces, který vytváří přidanou hodnotu. Nebo-li je to zvyšování původní hodnoty prostřednictvím zapojování ekonomických zdrojů a jiných aktivit.
- Psychologického – v podnikání jde o to něco získat, něčeho dosáhnout, seberealizovat se, postavit se na vlastní nohy, apod.
- Sociologického – v tomto pojetí podnikání představuje nalézání způsobu, jak dokonale využít zdroje, vytvořit pracovní místa a dosáhnout blahobytu pro všechny.
- Právníckého – „*podnikání je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem na vlastní jméno a na vlastní odpovědnost za čelem dosažení zisku.*“ [8, s. 15]

Podnikatel je dle obchodního zákoníku definován jako:

- Osoba, jež je zapsána v obchodním rejstříku.
- Osoba podnikající na základě živnostenského oprávnění.
- Osoby, které podnikají buď na základě jiného živnostenského oprávnění, nebo provozující zemědělskou výrobu. [7]

Ovšem toto jsou pouze definice, jak zákon objasňuje pojem podnikatel. Může být vymezen i následujícím způsobem:

- Je to osoba, která provádí podnikatelské aktivity za účelem rozšíření vlastního kapitálu s určitým rizikem jeho případné ztráty.
- Osoba, jež umí rozpoznat správný moment, kdy využít příležitost, zdroje a prostředky k dosažení cílů a nebojí se v určité míře riskovat.
- Podnikatel je iniciátor a nositel podnikání, jelikož on nese riziko vlastním jménem, investuje čas, úsilí a své prostředky za dosažením finančního a osobního uspokojení. [8]

Na podnikatele lze tedy nahlížet i z hlediska jeho osobnosti, čímž se odlišuje od jiných, nepodnikajících, lidí. Je to tvůrce inovací a změn, přichází s novými myšlenkami a se schopností vytvářet i využívat příležitosti. Výsledkem myšlení podnikatelským způso-

bem bývají nové produkty a služby, nové technologie, způsoby oslovení a zaujmutí zákazníka a jiné. [6]

Pojem podnik může být opět definován různými způsoby. Níže si uvedeme některé z nich:

- Je to subjekt, kde dochází k přeměně zdrojů ve statky nebo služby.
- Může být definován i jako soubor prostředků, zdrojů, práv, apod. sloužící k provozování podnikatelských aktivit. [8]

Definice živnosti zní: „*Živností se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených zákonem.*“ [12, s. 7]

2.1 Vznik a zánik koncesované živnosti

V České republice podle zákona existují dva druhy živností a těmi jsou živnost ohlašovací a živnost koncesovaná. Živnost ohlašovací se dále dělí na řemeslnou, vázanou a volnou. [12]

Osoba, která si chce založit koncesovanou živnost je povinna si zažádat na živnostenském úřadě o vydání koncese. K žádosti se musí přiložit následující dokumenty:

- u fyzické osoby, která je občanem České republiky nebo občanem členské země Evropské unie, doklad o její odborné či jiné způsobilosti. Pokud je odpovědný zástupce, musí taktéž prokázat odbornou či jinou způsobilost.
- u právnické osoby je třeba doklad prokazující odbornou či jinou způsobilost odpovědného zástupce.

Živnost vzniká dnem zapsání do živnostenského rejstříku. [12]

Živnost je ukončena v případech:

- Smrtí podnikatele.
- Zánikem právnické osoby.
- Pokud byla živnost založena na určitou dobu, zaniká tedy jejím uplynutím.
- Živnostenský úřad rozhodne o zrušení.
- A jiné.

Živnost zaniká dnem výmazu z živnostenského rejstříku. [12]

2.2 Zákon o pohřbnictví

Dle paragrafu 6 žadatel o koncesi na provozování pohřební služby je povinen doložit svou odbornou způsobilost. V tomto případě se jedná o prokázání:

„a) úplné střední, úplné střední odborné, vyšší odborné nebo vysokoškolské vzdělání a minimálně tříletá praxe v oboru, nebo

b) základní vzdělání a minimálně desetiletá praxe v oboru.“ [9, s. 5671]

Dále je důležité, aby byla udělena koncese, vyjádření krajské hygienické stanice. Ta vydá kladné vyjádření za podmínek, že bude splněno:

- Vlastnictví chladicího boxu, kde bude možno ukládat mrtvoly do doby pohřbení v udržitelné teplotě 0° až +2°C. [9]
- Vlastnictví auta, které bude přizpůsobeno a určeno pouze k převážení mrtvol. Při manipulaci a převozu v autě musí být mrtvoly uloženy v transportních vacích. [9]

Dle paragrafu 17 lze pohřebiště zřídit na vlastním pozemku, ovšem se stavebním povolením, pokud je na základě zvláštního právního předpisu vyžadováno. Oslovenými orgány bývají vždy krajská hygienická stanice a vodohospodářský orgán. Musí být udělány hydrogeologické průzkumy. Je nutné zachovat tzv. ochranné pásmo, které se nachází okolo veřejných pohřebišť. Toto pásmo musí být široké nejméně 100 m. [9]

V paragrafu 19 je uvedeno, že provozovatel pohřebiště se musí řídit řádem veřejného pohřebiště. V něm bývají obsaženy i podmínky pro vyjednání nájmu hrobového místa. Řád má být zveřejněn na určeném pohřebišti. V tomto řádu pohřebiště bývá u zvířecích hřbitovů zaneseno, že pokud si chovatel zajistí službu pohřbení zvířete u některého provozovatele, je povinen při předávání uhynulého zvířete poskytnout i příslušné dokumenty. Těmi je myšleno čestné prohlášení a zpráva o úhynu zvířete, kterou vyplní orgán veterinární správy. Provozovatel služeb pohřbívání zvířat má potom jistotu, že zvíře nebylo před uhynutím či utracením nakaženo nebezpečnou nákazou. Tyto dokumenty si provozovatel ponechá. [9]

Paragraf 23 obsahuje informace o tom, že pokud by dalším pohřbíváním došlo k ohrožení veřejného zdraví či poškození spodní vody, tedy vodního hospodářství, je velmi pravděpodobné, že bude rozhodnuto o zákazu pohřbívání. [9]

V § 25 je zaneseno, že nájem hrobového místa musí být uveden ve smlouvě. Tato smlouva musí být v písemné formě a obsahovat cenu nájemného a výši ceny za ostatní služby. Smlouva se uzavírá mezi provozovatelem pohřebiště, tedy pronajímatelem a nájemcem. [9]

2.3 Veterinární zákon

Pokud orgán veterinární správy nerozhodne jinak, z důvodů možné nákazy, může sám chovatel odstranit tzv. kadáver zvířete. Kadáverem je v tomto zákonu myšleno tělo uhynulého, nedonošeného, narozeného mrtvého nebo utraceného zvířete. Mrtvola může být pohřbena pouze na vlastním pozemku. Ovšem jen tehdy, pokud to není přežvýkavec nebo prase. Další podmínkou k uskutečnění pohřbení kadáveru je, že nepochází ze zvířete, které mělo nebezpečnou nákazu či bylo pouze podezřelé z dané nákazy. Aby bylo pohřbeno neškodným odstraněním, musí být zahrabáno na vhodném místě, do hloubky minimálně 80 cm a zasypano desinfekčními prostředky, aby nedošlo k narušení ochrany zdraví lidí a ochrany životního prostředí. Chovatel si může sám neškodně odstranit na vlastním pozemku kadáver koně. Musí k tomu mít pouze souhlas krajské veterinární správy a dodržet jimi stanovené podmínky. [10]

3 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Před samotným založením podniku a vytvořením podnikatelského plánu je třeba, aby si budoucí podnikatel ujasnil oblast svého podnikání, dále zdroje financí, které budou k podnikání zapotřebí, poradil se s rodinou o úmyslu podnikat, provedl vlastní sebeanalýzu, která by se měla skládat z odpovědí na:

- zda má dostatečné vzdělání a praxi pro danou činnost,
- jestli podnikatel má předpoklady pro vedení podniku (obchodní schopnosti, umění komunikace, odvaha nést riziko podnikání, a jiné),
- zda se dostatečně orientuje v oblasti právních norem a zda je případně schopen je dohledat. [3]

Většina podnikatelů nosí záměry ve své hlavě. Ovšem je potřeba, aby si je sepsali na papír. Snižuje to riziko opomenutí něčeho a lépe si na papíře může uspořádat myšlenky. Hlavně je to vhodné, pokud podnikatel bude žádat banku o úvěr z důvodu nedostatku vlastních finančních zdrojů. Podnikatelský plán by měl podnikateli poskytnout informace o tom jak na tom momentálně je, kam by se chtěl dostat, a jakým způsobem toho chce dosáhnout. [4]

Podnikatelský plán má tedy převážně písemnou formu. Většinou jsou to dokumenty plné faktů a tabulek. Proto by se podnikatel měl snažit plán trochu odlišit od ostatních. Ale spíše nápadem anebo vizuální stránkou. Není radno, aby se odlišení zakládalo na obsahu. Ten by měl být dodržen. Plán, který zaujme na pohled, ale informace v něm nebudou mít žádnou vypovídací hodnotu, je bezcenný. [2]

Funkce podnikatelského plánu

Plán slouží interním účelům i vnějším subjektům. Pro interní zájmy plán funguje jako nástroj pro plánování, napomáhá při rozhodování, slouží i pro kontrolu, apod. Důležité je v případech zakládání podniku či tehdy, pokud má dojít v podniku k velkým změnám. Změnami mohou být: velká investice, sloučení podniků, odprodej či ukončení výroby, která již nebyla efektivní. Přínosy z vytvoření plánu jsou:

- z provádění analýz se získá spousta užitečných informací a poznatků (např. analýza konkurence, analýza dodavatelů),
- seznámení se a odhalení rizik při dosahování stanovených cílů,

- seznámení zaměstnanců se stanovenými cíli podniku, čímž se vytváří identita pracovníka s podnikem a celková podniková kultura.

K získání potřebného kapitálu podnik předkládá kvalitně zpracovaný plán vnějším subjektům. Ty na jeho základě zkoumají jeho proveditelnost, možnost podniku ucházet se o některý druh podnikatelské podpory. [8]

Zásady při tvorbě podnikatelského plánu

Jako u vytváření většiny věcí je třeba se držet určitého postupu. Ne být jím striktně omezen, ale nechat se pouze navádět. Jde o to, aby nebyl plán úplně jiný kvůli tomu, že jej budou posuzovat vnější subjekty, které budou mít na stole spoustu jiných plánů. Takže pokud by byl plán nepřehledný, mohl by být ihned smeten ze stolu. Zásady, které by se tedy měly dodržovat:

- Srozumitelnost – snažit se formulovat myšlenky do kratších a srozumitelných vět. Delší souvětí raději rozdělovat na dvě kratší. Nepoužívat moc přídavných slov. Pro přehlednost vytvořit tabulky. A samozřejmě zapracovat do plánu čísla.
- Logika – uvnitř hlavy bývají myšlenky překotné. Proto se dávají do psané podoby, aby se uspořádala jejich návaznost. V plánu tedy už musí být správně poskládané, podložené fakty, tvrzení by si neměla odporovat.
- Uvážená stručnost – informace v plánu je třeba představit stručně. Ale zároveň musí být uvedeny všechny základní informace. Dobré je se k textu vrátit s odstupem času a znovu si jej pročíst. Také je vhodné nechat jej přečíst i jinou osobou.
- Pravdivost a reálnost – uvádění informace by samozřejmě měly být pravdivé a proveditelné.
- Respektování rizik - plán by se měl zabývat budoucím vývojem rizik. Měly by být v něm zpracována i jistá opatření, jak se rizikům snažit předejít. [8]

3.1 Struktura podnikatelského plánu

V dnešní době je k dispozici velké množství literatury k sestavování podnikatelských plánů. V každé literatuře se obsah, jak má plán vypadat, většinou trochu liší. To je dáno tím, že každý podnik si to přizpůsobí tak, aby mu to vyhovovalo. Níže jsou uvedeny některé atributy, které by měl obsahovat každý plán. [2]

3.1.1 Obsah

Pro některé je samozřejmostí, ale může se na něj lehce zapomenout. Měl by být v rozsahu maximálně na jednu a půl stránky o velikosti A4. Jsou do něj uváděny nadpisy první, druhé a třetí úrovně. Slouží pro čtenáře k rychlému vyhledání požadované části textu. [5]

3.1.2 Obecný popis

V této části plánu se uvede podnikatelská příležitost. Může se jednat o objevení něčeho nového či něčeho, co na trhu chybí. Je třeba čtenáře zaujmout a uvést důvody, proč zrovna my jsme pro realizaci ti vhodní. Musí obsahovat informace o tom, pro koho bude výrobek či služba určena a umístění podniku. V případě nabízené služby je nutno objasnit, v čem spočívá a jak funguje. Dále na jaké bázi se bude služba poskytovat a jaké vybavení, zařízení a jiné prostředky jsou nutné k jejímu uskutečnění. Také je potřeba uvést jaké uspokojení a užitek to přinese zákazníkům, tzn. z jakého důvodu by tedy měli službu využít. [5]

V obecném popisu je důležité vymežit právní formu podnikání, například koncesovaná živnost. Dále si podnikatel musí zjistit a ujasnit, jaké jsou jeho legislativní podmínky k tomu, aby danou živnost mohl založit a provozovat. Důležitá je i volba umístění podniku. Přesné vymezení adresy, kde bude podnikání umístěno. Autor představí název podniku, pod kterým vstoupí na trh, popř. i logo či vzor letáku a vizitky. [2]

Musí být zmíněno i personální uspořádání. V případě malých podniků postačí informace, které se týkají kvalifikace zaměstnanců, jejich zkušeností a dalšího potenciálu využitelného k podnikání. Jaká bude náplň práce jednotlivých pracovníků, jejich počet a délka pracovní doby. Mzda pracovníků bývá uvedena až ve finančním plánu. [2]

Aby měl podnikatelský plán šanci na úspěch, musí existovat trh, na němž bude zájem o produkty či jejich inovace. V plánu se uvádějí informace o celkovém trhu a cílovém trhu. Celkovým trhem jsou myšlena všechna možná využití produkovaného výrobku nebo služby. Plán by ovšem neměl být zaměřen na popis všech potencionálních zákazníků. Měl by obsáhnout hlavně ty, kteří využijí službu nebo výrobek, jsou tedy ochotni za to zaplatit a mají z toho značný užitek. Tak dojde k vymezení cílového trhu a jsou popsány jeho charakteristické znaky. Je důležité přizpůsobit služby a výrobky potřebám a přáním zákazníkům. Tím spíše je potom dosaženo úspěchu. [5]

3.1.3 Analýza trhu

Každý podnik má na trhu své konkurenty. Neměl by je ignorovat, ale naopak zjistit si o nich co nejvíce údajů a zahrnout podstatné a potřebné informace do svého plánu. Prozkoumat konkurenční silné a slabé stránky. Pokud podnik bude srovnávat produkty či služby, je důležité, aby srovnával tzv. srovnatelné. Tím je myšleno, že nelze např. porovnávat podobný produkt konkurenčního podniku, který je mnohem déle na trhu, má větší kapitál a tedy možnost zajištění lepšího vybavení.

Při volbě dodavatele si podnik stanovuje svá kritéria a jejich pořadí. Na jejich základě dále volí správné dodavatele. V plánu by měli být uvedeni dodavatelé hlavních hmotných potřeb či služeb. [2]

3.1.4 SWOT analýza

Slouží k ohodnocení a zároveň prokázání, že podnikatel si je vědom silných i slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Silné a slabé stránky jsou svým způsobem vnitřní faktory podniku. Podnikatel může tyto stránky ovlivňovat.

Hrozby a příležitosti jsou vnější vlivy, které působí na podnik. Podnikatel je sám neovlivní. Je schopen pouze na ně reagovat a přizpůsobit jim chování podniku. [2]

3.1.5 Zkoumání rizik

Předpokládání a nastínění rizik slouží v podnikatelském plánu pro přípravu opatření, jejichž realizace bude nezbytně nutná, pokud daná riziková situace nastane. Samozřejmě by měla být uvedena i opatření, jak by se dalo krizové situaci předejít. [5]

3.1.6 Cíle a strategie podniku

V plánu by měly být uvedeny cíle podniku a jakým způsobem jich chce dosáhnout. Většinou se nastavují použitím otázky v oblastech prodeje a zisku. Je důležité rozlišit cíle od strategie. Cíle znamenají, jakým směrem se podnik bude ubírat, kam se chce dostat. Strategie představuje různé způsoby a metody, jak toho bude dosahováno. Je důležité také určit, jak bude podnik kontrolovat, zda bylo cílů dosaženo. [2]

3.1.7 Marketingová strategie a nástroje

V plánu musí být uvedeno, jaký segment trhu bude pro podnik cílový. Na jaké zákazníky se bude zaměřovat. Následuje volba efektivního způsobu komunikace a propagace. V plá-

nu je tedy třeba mít uvedeny marketingové nástroje, které jsou součástí marketingového mixu. Mix tvoří nástroje, jež se vzájemně kombinují a napomáhají k dosažení vytýčených cílů. V plánu je tedy třeba představit produkt, cenu, distribuci a propagaci. [5]

Marketingová strategie může mít rozdílný přístup k marketingu v období, kdy podnik teprve vstupuje na trh a v období, kdy už funguje na trhu déle. Většinou se jedná o snížené ceny za služby a výrobky při vstupu na trh. Za určitou dobu je produkce poskytována za standardní ceny. Marketing podniku je vhodným přístupem, jak formulovat strategii podniku. Je zde propojenost produktu, ceny, distribuce a hlavně je ukázáno, jakými způsoby a metodami bude na podnik upozorňováno. Jak bude podnik prezentovat své výrobky a služby, jež povede k reálnému uplatnění produkce na trhu. V marketingovém plánu nelze opomenout finanční a lidské zdroje. Zaměstnanci často ovlivňují kvalitu výrobků a služeb, činnost a výsledky plánu. [2]

3.1.8 Finanční plán

Úplným završením podnikatelského plánu je finanční plán. Přenáší podnikatelský záměr do peněžních toků, tvoří mezičlánek mezi představami a touhami podnikatele. Ověřuje reálnost podnikatelské myšlenky a měl by investora přesvědčit o budoucí výnosnosti.

Pro zhotovení finančního plánu je nutno mít schopnost modelovat případné varianty budoucího vývoje. Pokud podnikatel tuto schopnost nemá, měl by využít znalosti externího poradce nebo použít speciální program. V případě, že podnikatel tyto dovednosti má, by i tak bylo dobré využít k vytvoření různých tabulkových procesorů, např. excel. [2]

Výnosy a příjmy

Výnos představuje výsledek podnikání za sledované období, např. měsíc, čtvrtletí, rok. Podnikatel musí znát rozdíl mezi výnosy a příjmy. U výnosu v účetnictví není bráno v potaz, zda byly tržby od odběratelů opravdu uhrazeny nebo ne. Příjmy představují peníze, které byly reálně předány podniku za prodané výrobky a služby. Příkladem je, že podnik uskutečnil dodávku zboží či služeb na fakturu. Podnik tedy do účetnictví zanese výnos, ale v reálné formě zatím peníze nemá. To znamená, že než odběratel zaplatí, bývají dříve uhrazeny výdaje za vzniklé náklady spojené s výrobou (dodavatelům, mzdy pracovníků, a jiné). Proto je důležité, aby podnikatel věděl, že když má výnosy vyšší než náklady, příjmy mohou být nižší než výdaje za určité období. [4]

Náklady a výdaje

Spotřeba prostředků k výrobě, vyjádřená v penězích, se nazývá náklady. Můžou být charakterizovány i jako účelné a hospodárné využití majetku podniku na získání výnosů. Náklady nejsou to samé co výdaje. Výdaj znamená úbytek peněz podniku, ovšem netvoří automaticky hodnotu. Před bezprostředním vstupem výdaje do tvorby výrobku, práce nebo služby, se z něj stává náklad. Nejběžnější rozdělení nákladů podniku je na fixní a variabilní, které poskytují důležité informace pro finanční řízení. Toto rozdělení nákladů je účelové členění, důležité pro výpočet a kontrolování výrobních kalkulací. [4]

Fixní náklady se v krátkém období nemění. Jsou tedy nezávislé na objemu výroby. V delším horizontu se mění skokově. Vznik fixních nákladů je vyvolán např. koupí výrobních zařízení, nových budov, některé náklady na pojištění, atd. Do fixních nákladů mohou být zařazeny náklady na zabezpečení chodu podniku jako celku a drobné položky (poštovné). [2]

Mezi variabilní náklady patří náklady, které mění svou velikost se změnou velikosti objemu výroby, Jedná se většinou o spotřebu materiálů a výrobků, paliva a jiné. [4]

Ve finančním plánu by se měly objevit pořizovací výdaje, jež bude muset na začátku podnikání majitel investovat. Dle zvoleného typu podnikání s určitým zaměřením, má podnikatel prvotní představu, co zhruba bude potřebovat pro své podnikání. Většinou se vytvoří seznam toho, co je k dispozici tzv. „zadarmo“ a co bude nutné nakoupit. „Zadarmo“ může být např. vlastnictví pozemku, kde bude provozována živnost. Největší položky kapitálových výdajů většinou tvoří hmotné zdroje, jimiž mohou být např. pořízení budovy, materiálové vybavení, kancelářské potřeby, atd. Nehmotné zdroje jsou ty, které je problematické kvantifikovat. Může je představovat „sít' kontaktů“ na potencionální zákazníky, na dodavatele apod. Do nehmotných zdrojů patří i vlastnictví softwaru, účetního programu, ale i znalosti a dovednosti pracovníků. Dále je důležité stanovit, zda budou dostačující vlastní finance podnikatele, jež vloží do podnikání. Většinou bývá obvyklé, že vlastní kapitál není postačující. Z toho vyplývá, že se bude muset rozhodnout, jakým způsobem to řešit. Buď založení kapitálové společnosti s více vlastníky, nebo vyřízením úvěru u banky. [2]

Výkazy finanční stránky podniku

Finanční výkazy by měly být nedílnou součástí finančního plánu. Jsou očekávány investory a zejména bankovními úředníky. Výkazy představují cash flow (plán peněžních toků), plánovaný výkaz zisků a ztrát, plánovanou rozvahu.

Cash flow – uvádí předpokládané příjmy a výdaje vznikající s podnikatelskou činností. Jde o poskytnutí informací čtenáři, zda bude mít podnikatel dostatek finančních prostředků na uskutečnění svých záměrů.

Plánovaný výkaz zisků a ztrát – představuje hospodářský výsledek z vyčíslených výnosů a nákladů za jednotlivá období. Výkaz udává informace, jestli podnikatel bude mít v jednotlivých obdobích potřebnou výši financí na splnění svých závazků.

Plánovaná rozvaha – podává informace o oběžném a dlouhodobém majetku podniku a zdrojích jeho financování. [4]

V plánu by dále měla být zpracována i čistá současná hodnota a doba návratnosti investice, což slouží jako hodnocení efektivnosti investic. Protože pouze samotné tabulky a čísla nestačí, měly by být, plánované finanční výkazy, doplněny podnikatelskými komentáři. [5]

Shrnutí k teoretické části

Dané skutečnosti, které jsou uvedeny výše, slouží jako základ pro následné vypracování praktické části. Při založení a během provozu se podnik bude muset řídit danou legislativou. Při tvoření podnikatelského plánu je potřeba dodržovat daný všeobecný postup.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 VSTUP DO PODNIKÁNÍ

Vždy jsem ráda pracovala se zvířaty a jsem i členem Českého svazu ochránců přírody. Ale není to pouze o členství, ale jde o to něco pro zvířata vykonávat. Nejen živá zvířata si zaslouží péči a důstojné zacházení. Z těchto důvodů jsme se rozhodli založit zvířecí hřbitov, s úmyslem umožnit zájmovým chovatelům zvířat využít služeb k rozloučení s vlastním zvířetem a zajistit mu důstojný odchod.

4.1 Volba právní formy podnikání

Před tím, než začneme vyřizovat živnost, je třeba nechat provést na pozemku hydrogeologický průzkum spodních vod. Zda by nemohlo dojít k jejich znečištění pohřbíváním mrtvol zvířat. Pokud průzkum dopadne pozitivně můžeme podniknout další kroky. Při negativním výsledku by se musel najít jiný pozemek. My jsme tento průzkum nechali provést a bylo nám schváleno, že na něm můžeme pohřbívát zvířata i v nezpupelněném stavu.

Podnik bude mít formu koncesované živnosti. O živnost zažádáme písemně na živnostenském úřadě Olomouc. Před samotnou žádostí musíme doložit naši bezúhonnost:

- výpisem z rejstříku trestů,
- dokladem o nezádluženosti státu,
- dokladem o bezdlužnosti sociálním pojištění.

Dále bude nutné doložit naši odbornou způsobilost. Zčásti jsme ji splnili, protože máme dosažené prozatím nejvyšší vzdělání středoškolské. Odpovědný zástupce splňuje podmínku tříleté praxe v provozu krematoria. Samozřejmě při žádání o živnost zaplatíme poplatek ve výši 1 000 Kč. Živnostenský úřad do třiceti dnů rozhodne, zda nám koncesi udělí.

K udělení tohoto typu živnosti se musí vyjádřit také Krajská hygienická stanice Olomouc. Od rozhodnutí do pěti dnů provede živnostenský úřad zápis do živnostenského rejstříku a bude nám vydán výpis.

Až ukončíme tento postup, budeme oprávněni provozovat naši živnost. Z důvodu absence zákona o provozování zvířecích hřbitovů, se budeme řídit zákonem o pohřebnictví, veterinárními normami a hygienickými normami.

S naší živností nám vznikne tzv. ohlašovací povinnost. Musíme tedy, jako při jakékoliv jiné změně, nahlásit ve zdravotní pojišťovně, že jsme začali provozovat živnost.

V pojišťovně jsme povinni změnu nahlásit do 8 dní od jejího vzniku. Dále změnu nahlásíme na sociální úřad, kvůli platbě sociálního pojištění. A v neposlední řadě budeme muset zajít na příslušný finanční úřad, kde nám bude přiděleno daňové identifikační číslo.

4.2 Název a umístění podniku

Při volbě názvu podniku bylo důležité si uvědomit, jaké cílové zákazníky budeme chtít oslovit. Hlavně v jaké věkové kategorii se budou pohybovat. V našem případě bychom se měli zaměřit na co nejširší věkovou škálu. Což pro nás znamenalo vymyslet takový název, který budou schopni přečíst a hlavně zapamatovat si jak mladší, tak i starší generace. V dnešní době se hodně vyskytují názvy v cizím jazyce, což někteří ze starší věkové kategorie nedokážou přečíst, neznají význam daných slov a tím pádem si ani nezapamatují název. V nejhorším případě by mohlo dojít například ke ztrátě potenciálního zákazníka, který by poptával naše služby, ovšem název v cizím jazyce by si s danými službami nespojil a nedočel do konce, čeho se týká. Proto jsme se rozhodli pro název v českém jazyce. Navíc jsme ho zvolili tak, aby nejlépe vystihoval služby, které budeme nabízet.

| | |
|-------------------|---|
| Název podniku: | Spící očka |
| Sídlo podniku: | Tršice 75 783 57 Tršice |
| Živnostník: | Lenka Pustinová |
| Zodpovědná osoba: | Beata Hrdličková |
| Pracovník: | Beata Hrdličková |
| Forma podnikání: | živnost |
| Popis činnosti: | Podnik se bude zabývat poskytováním pohřebních služeb pro domácí zvířata, s hlavním zaměřením na psy a kočky. |

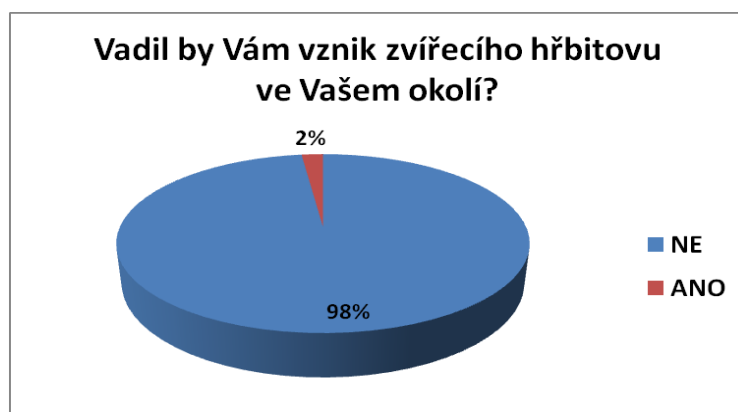
4.2.1 Umístění

Podnik bude umístěn na pozemku, který se nachází za obcí Tršice na severovýchod. Pozemek má výměru 5 000 m² a před začátkem jeho využívání k podnikání bude ohraničen plotem. Před brankou bude malé parkoviště pro zákazníky. Na pozemku je také umístěn malý domek o jedné větší a jedné menší místnosti. Větší místnost bude sloužit jako síň

k rozloučení, která bude vybavena židlemi a menším stolem. Druhá místnost bude vyhrazena pro nářadí a chládicí box sloužící k uchování mrtvol zvířat.

Kancelář, kde se budou vyřizovat administrativní záležitosti, se bude nacházet v domě zaměstnance. Tento dům stojí přímo v obci Tršice. Osvětlení pietního místa bude zajištěno obcí. Vodu, která se bude dát využít na hřbitově, označíme jako užitnou z hygienických důvodů.

Pozemek, jež bude využíván k provozu zvířecího hřbitovu, jsme vybrali u obce Tršice, protože je umístěna mezi většími městy, tedy Velkou Bystřicí, Olomoucí, Přerovem, Prostějovem, Lipníkem nad Bečvou a Hranicemi. Na tato města budou zaměřeny naše služby. Umístění podnikání jsme zvolili na venkově také z důvodu klidného a příjemného prostředí. Kolem pietního místa je pěkná okolní příroda. Ovšem i ze samotného pietního místa bychom chtěli vytvořit malý park. To bude uskutečněno vysazením okrasných stromů na hrobech.



Obr. č. 1 - Vyhodnocující graf dotazníkové otázky, zda by vadil občanům obce Tršice vznik zvířecího hřbitovu.

Zdroj: vlastní

Dotazníkovým šetřením jsme zjišťovali, zda by obyvatelům vadil vznik takového místa v jejich okolí. Převážné většině by vznik tohoto místa nevadil. Pro obec Tršice by přítomnost našeho podniku znamenala zvýšení návštěvnosti obce a okolí. Také by mohlo dojít ke zvýšení využívání ostatních místních služeb.

4.3 Představení podniku a jeho cílů

Společnost Spící očka bude založena za účelem důstojného odchodu a rozloučení majitelů s jejich domácími zvířaty. Po uhynutí domácího zvířete je možno ho zanechat u veterináře,

odkud bude posláno do kafilérie. Toto je běžný způsob u hospodářského chovu zvířat. Ovšem u zvířete, které je bráno jako člen rodiny, není kafilérie neboli také spalovna biologického odpadu, vhodná volba pro jeho důstojný odchod. Už jenom z etického hlediska, kdy majitel zvířete chce, aby s uhynulým zvířetem bylo důstojně zacházeno i po jeho odchodu k věčnému spánku. Jenže jsou jisté bezpečnostní náležitosti, které majitel musí dodržet, než zvíře pochová.

Podmínky k pohřbení zvířete:

- zvíře nesmí být těžší než 30 kg (při větší váze musí být zpopelněno),
- musí být zakopáno s použitím dezinfekčních prostředků na místě vhodném z hlediska ochrany životního prostředí a zdraví lidí,
- hloubka hrobu musí být minimálně 80 cm,
- zvíře může být pohřbeno pouze se souhlasem majitele pozemku.

V našem podniku budeme poskytovat služby, které rozdělíme na standardní a nadstandardní. Standardní služba bude představovat zajištění kremace, vykopání hrobu, uložení zvířete do země a pronájem hrobu. Klienti budou mít možnost využít i nadstandardních služeb. Ty budou zahrnovat převzetí zvířete u zákazníka nebo veterináře a jeho následné převezení ve vaku, prodej pevných nebo měkkých rakví, roční udržování hrobu, měsíční každodenní zapalování svíček.

Cílem podniku tedy bude zajišťovat potřebné věci při pohřbívání zvířat za jejich majitele. Společnost se bude snažit o vybudování si postavení na trhu a dosažení ziskovosti.

4.4 Podnik a jeho pracovníci

V podniku budou zaměstnáni dva pracovníci. Zakladatelka živnosti a odpovědná osoba, která má praxi v pohřebních službách. Prozatím jejich nejvyšší dosažené vzdělání je středoškolské. Pracovníci mají kladný vztah ke zvířatům a porozumění pro majitele zvířat při jejich ztrátě.

Zakladatelka živnosti bude zajišťovat hlavně administrativní věci, například účetnictví, sepisování smluv apod. S účetnictvím jí bude ze začátku vypomáhat a kontrolovat členka rodiny, která má praxi v oboru. Ovšem nebude si nic účtovat. V pracovní době by se zakladatelka živnosti měla hlavně zdržovat v kancelářských prostorách.

Hlavní náplní práce odpovědné osoby bude vykopání hrobů, ukládání zvířete do země, zasypání zvířete desinfekčním prostředkem, zasypání hrobů, sázení okrasných stromů. Dále bude zajišťovat převzetí a převezení zvířete.

Samozřejmě předpokládáme, že v praxi se budou pracovníci vzájemně doplňovat. Oba budou umět jednat se zákazníkem a snažit se jim vyhovět. Z toho plyne, že provádět konzultace či zodpovídat zákazníkovi dotazy bude náplní obou pracovníků.

Výhodou je, že oba pracovníci vlastní řidičské průkazy. V případě dovolené či z jakéhokoli jiného důvodu nepřítomnosti jednoho z pracovníků, může druhý zajistit potřebný převoz. Dále se mohou zastoupit při vykonávání obřadu či v pořizování digitálních fotografií.

Při vykonávání služeb, které nejsou striktně přiřazeny jednomu z pracovníků, je důležitá souhra a hlavně jasná domluva. Toto je nutné pro plynulý chod podniku. Nevidíme v tom problém, protože pracovníci se znají již už dlouhou dobu před založením podniku. Jejich společným cílem se stane fungování podniku a dosahování zisku.

4.4.1 Pracovní doba

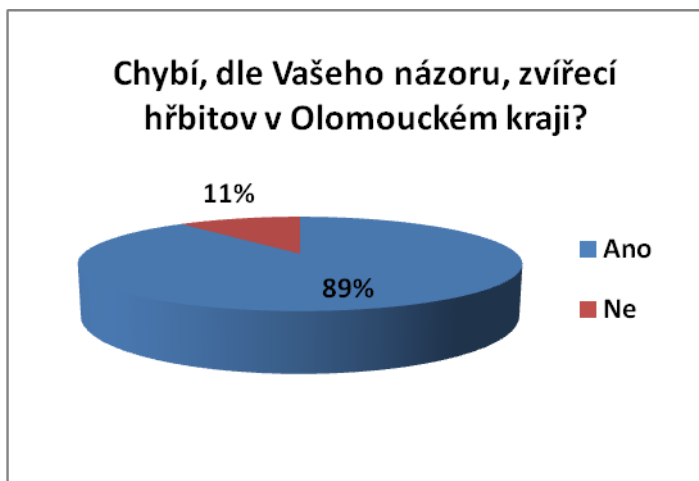
Pro oba pracovníky bude pracovní doba začínat v 9 hodin ráno a končit v 17 hodin večer, a to od pondělí do pátku. Převzetí mrtvého zvířete mimo pracovní dobu, u majitele či veterináře, bude možné, ale za příplatek. Jeden z pracovníků bude mít tzv. „pohotovost“, kdy pokud dojde k telefonátu s žádostí o převzetí zvířete, tak pro něj zajede. Poté ho zanechá v chladícím boxu v domě na pietním místě.

V zimních měsících není možné vykonávat služby vykopání hrobu, uložení zvířete a zasypání hrobu, ale ostatní služby vykonávány budou. Hlavně budeme poskytovat převoz ostatků do zvířecího krematoria v Brně a zpět.

Je možnost, že si tuto službu zajistí náš potencionální zákazník sám. Ovšem provozovací doba krematoria v Brně je pouze od pondělí do pátku od 8 hodin do 17 hodin. Například potencionální zákazník z Olomouce pracuje od 7 hodin do 15 hodin. Zajistit po práci převzetí si zvířete u veterináře, dopravit ho do krematoria a zpět je pro něj náročnější, než si danou službu nechat zajistit námi. My za něj splníme tyto povinnosti a on si potom už jen vyzvedne například urnu s ostatky.

4.5 Podnik a jeho zákazníci

Kvůli zjištění, zda bude zájem o naše služby, jsme provedli dotazníkové šetření. Na jeho základě jsme vyhodnotili, že majitelé zvířat by takových služeb využili. Ovšem v Olomouckém kraji žádný typ tohoto podniku není. Kladně odpovídali hlavně lidé z měst, jelikož nemají možnost pochovat své zvíře někde poblíž, aby místo mohli navštěvovat. Z toho tedy vyplývá, že tato služba v Olomouckém kraji chybí.



Obr. č. 2 - Vyhodnocující graf dotazníkové otázky na potřebnost zvířecího hřbitovu v Olomouckém kraji.

Zdroj: vlastní

Naší hlavní cílovou skupinu zákazníků budou tvořit zájmoví chovatelé, kteří pochází z měst. Služby sice budeme nabízet po skoro celém Olomouckém kraji, ovšem lidé z obcí o naše služby nemají velký zájem. Tato skutečnost vyplynula z dotazníkového šetření, jak jsme se již výše zmínili. Jako důvod uváděli, že si zvíře pohřbí na vlastní zahradě. Abychom získali zákazníky i mezi těmito lidmi, bude třeba začít poskytovat něco, co by je zaujalo. Mohly by to být služby pohřbení anebo rozptýlení popela na jejich pozemku.

Bude nutné, aby se lidé dozvěděli o existenci služeb tohoto druhu, aby jim byly připomínány a hlavně, aby je akceptovali a využívali. To vše se stane součástí naší práce.

5 ANALÝZA TRHU

Na trhu, na nějž se chystáme s naším podnikem vstoupit, je v současné době pouze několik konkurenčních firem. Nabízejí stejné nebo podobné služby, jež budeme poskytovat i my. Protože tyto služby jsou ojedinělé, zaměřili jsme se na konkurenci na celém území České republiky. Zkoumali jsme, ve kterém kraji jsou poskytované služby tohoto druhu, a výsledkem je: Jihomoravský kraj, Liberecký kraj, Karlovarský kraj, Ústecký kraj, Pardubický kraj, Středočeský kraj a Královéhradecký kraj.

Z toho vyplývá, že v Olomouckém kraji, Moravskoslezském kraji a Zlínském kraji není žádný konkurenční zvířecí hřbitov.

Zaměříme poskytování našich služeb v Olomouckém kraji. V případě, že budou naše služby žádané, tak bychom mohli časem obsáhnout i Zlínský kraj. Ale nyní při zakládání podniku, jsou našimi cílovými zákazníky lidé žijící ve městech a obcích v Olomouckém kraji.

Kritéria ke srovnání s konkurencí jsme zvolili – službu pohřbení zvířete do země, převoz zvířete do krematoria a zpět, nabídka uren a rakví a jiné.

5.1 Konkurence

Zvířecí krematorium Brno s. r. o.

Podnik se nachází v Jihomoravském kraji. Zaměřují se na poskytování služby kremace zvířat. Mezi další služby patří rozptýl ostatků na tamním trávníku, ovšem neposkytují službu pochování zvířete do země. Také zajišťují převoz po Brně i mimo Brno. Dle jejich ceníku zajištění cesty z Tršic do Brna a z Brna do Tršic stojí 2 627 Kč. Naše cena zajištění převozu do Brna a zpět je 2 160 Kč. Rozdíl sice není moc velký, přesto by mohl ovlivnit rozhodnutí zákazníka. [14]

Noamy Pet

Podnik Noamy Pet se nachází v Novém Boru v Libereckém kraji. Vznikl roku 2011 a působí tedy na trhu krátce. Mateřská společnost je Noamy Pet s. r. o., která se zaměřuje hlavně na výrobu skleněných uren a dalšího smutečního zboží pro pozůstalé. Nespornou výhodou Noamy Pet tedy je, že jejím poskytovatelem zboží určeného k pohřebním službám, je její mateřská firma.

Podnik se hlavně zaměřuje na poskytování služeb spojených s úmrtím zvířete, tedy zajištění převozu do brněnského krematoria a zpět. Dále nabízí rozsáhlý výběr ozdobných uren

a rakví. Tyto služby budeme poskytovat také, ovšem naším dodavatelem bude krematorium Brno s. r. o. Nebudeme mít tedy možnost zajistit tak široký výběr.

Nevýhodou Noami Pet je, že nemá vlastní zvířecí hřbitov. Tuto službu zajišťuje u jiných poskytovatelů zvířecích hřbitovů. Mezi její další služby patří pochování zvířete na pozemku majitele. Firma se touto službou pravděpodobně snaží nejen vyhovět zákazníkovi, ale i vynahradiť skutečnost, že nemá možnost uložit zvíře na vlastní psí hřbitov.

Zajištěním pochování u jiných poskytovatelů dané služby, následně přichází o výnosy spojené s pronajímáním hrobů. My budeme nabízet pouze pochování na našem zvířecím hřbitově. Poskytnutí této služby nám přinese výnosy i v dalších letech. [15]

Služby města Pardubic a.s. - pohřební služby a krematorium

Zvířecí hřbitov funguje teprve 2 roky. V Pardubicích v Pardubickém kraji provozuje společnost Služby města Pardubic a.s. Rozhodli jsme se srovnat pouze ceny za pronajímání a vykopávání hrobů. Na zvířecím hřbitově v Pardubicích lze pronajmout hrob minimálně na celých 10 let. My jej budeme pronajímat na 5 let a poté umožňovat prodloužení pronájmu na dalších 5 let. Dále je důležité uvést, že přijímají zvířata pouze do 50 kg. My budeme přijímat s váhou do 60 kg.

Jejich cena nájmu se pohybuje od 200 Kč do 2 250 Kč. Záleží na velikosti zvířete. Výše nájmu u nás zákazník za prvních 5 let je od 500 Kč do 3 000 Kč. Při prodloužení nájemného od 500 Kč do 2 000 Kč. Výsledně tedy zaplatí od 1 000 Kč do 5 000 Kč. Naše nájemné je vyšší, ale kryjeme tím riziko, že zákazník nezaplatí prodloužení nájemného po prvních 5 letech, protože hrob nemůže být odstraněn dříve než za 10 let od uložení zvířete do země. Z toho vyplývá, že i když si zákazník u nás neprodlouží smlouvu o nájmu, můžeme hrob zlikvidovat až po uplynutí celkové potřebné doby.

Další srovnávaná služba je vykopání hrobu. Cena na zvířecím hřbitově v Pardubicích je v rozmezí od 600 Kč do 3 000 Kč. Opět záleží na velikosti vykopaného hrobu. U nás zákazník zaplatí od 500 Kč do 1 500 Kč. [16]

Zvířecí hřbitov Kutná Hora

K založení zvířecího hřbitovu v Kutné hoře ve Středočeském kraji došlo na jaře v roce 2010. Vede ho občanské sdružení Denemark. Hřbitov nabízí pronájem místa na prvních 5 let. Jejich ceny jsou v rozpětí od 500 do 3 000 Kč. Naše ceny jsou ve stejném rozsahu. Budeme tedy poskytovat totožné služby za podobné ceny. [17]

NENIA

Podnik se nachází v Mariánských lázních v Karlovarském kraji. Pronájem hrobu na 1 rok u nich stojí 200 Kč. Za 5 let cena bude činit 1 000 Kč. Nájem nemají rozlišen podle velikosti zvířete. K tomuto nájemnému je ovšem třeba ještě připočítat cenu za uložení do země, která je v rozmezí od 2 852 Kč do 4 186 Kč. Zde jsou ceny už rozlišeny v závislosti na velikosti zvířete. Cena obou služeb, které vlastně musí být provedeny zároveň, činí za 5 let od 3 852 Kč do 5 186 Kč. Za službu vybírají vyšší částku, než budeme požadovat my.

Získání informací o tomto podniku a jeho službách není, dle našeho názoru, dostačující. Nemají řádně popsáno, co vše zahrnuje cena žádané služby. Naše přehledy cen budou zpracovány tak, aby zákazník věděl, co vše bude cena zahrnovat, popř. co je možné za příplatek ještě zajistit. [18]

Podřipské pohřebiště drobných zvířat

Je umístěno v severních Čechách poblíž obce Vražkov, Ústecký kraj. Na internetových stránkách nelze o nabízených službách zjistit nic bližšího. Ani o samotném podniku. Je zde uveden pouze kontakt na majitele. Předpokládáme, že tedy řeší vše osobně.

Je důležité, aby bylo možné s někým osobně prodiskutovat varianty služeb podniku, ale jako jediná možnost k získání informací, to vhodné není. [19]

Shrnutí

Z přehledu o konkurenci je zřejmé, že volba umístění v Olomouckém kraji se zaměřením na města Olomouc, Prostějov, Přerov a okolní obce, je vhodná. V bezprostředním okolí se nenachází žádná konkurence, kromě krematoria v Brně. Dané krematorium ovšem naše podnikání moc neohrozí, protože nabízí převážně rozdílné služby. Jediná shodná služba je převoz uhynulého zvířete. To ovšem zákazníky vyjde cenově lépe v našem podniku. V případě, že lidé chtějí pohřbít své zvíře, musí jezdit daleko. Ovšem pohřbením to pro majitele nekončí, následné navštěvování hrobu je ztížené dlouhým cestováním. Náš podnik jim umožní mít hrob zvířete v blízkosti a tím možné častější navštěvování.

5.2 Dodavatelé

K tomu, abychom mohli poskytovat pohřební služby, je potřeba nejen splňovat hygienické normy, ale i mít k dispozici speciální pomůcky a vybavení. To jsou například chladicí boxy, pohřební pytle a dezinfekční prostředky na zasypání těla apod. Na odběr těchto věcí je třeba zajistit spolehlivé dodavatele.

Náš podnik nebude mít podmínky k realizaci pořízení a výstavby vlastní spalovací pece. Proto je potřeba zajistit poskytovatele kremační služby. Pro Českou republiku je poskytovatelem této služby jediné zvířecí krematorium, které se nachází v Brně.

Zvířecí krematorium Brno, s. r. o.

Jako jediní svého druhu v České republice se stává pro nás nepostradatelným společníkem při plnění naší nabídky. Neměli jsme tedy možnost je porovnat s jinými dodavateli. Náš podnik bude sloužit jako zprostředkovatel odvozu mrtvého zvířete do krematoria a jeho ostatků zpět na náš hřbitov. Zákazníci budou mít možnost si u nás vybrat urnu či rakev a naši prostřednictvím si ji objednat u tohoto dodavatele. Cena kremačních služeb je závislá na hmotnosti zvířete. [14]

DARA BABY, s. r. o.

Dara baby je velkoobchod a maloobchod s pohřebními pomůckami. Tento podnik jsme si zvolili za našeho dodavatele pohřebních pytlů a chladících boxů. Cena pytlů je závislá na jejich velikosti a druhu. Samozřejmě záleží i na zakoupeném počtu. Do 50 kusů je cena za 1 ks přibližně 82 Kč. Nad 50 ks do 200 ks je cena 72 Kč. Od 201 do 500 ks cena činí 70 Kč. Při zakoupení nad 500 kusů je cena 1 ks přibližně 68 Kč.

K provozování naší činnosti potřebujeme chladicí boxy, které zakoupíme u této firmy. Cena chladících boxů je opět závislá na jejich velikosti a druhu. Chladicí box na uchování mrtvého zvířete má cenu 30 000 Kč. Chladicí box do auta stojí 61 900 Kč. [20]

Kamenictví Drábek

Podnik poskytuje náhrobní kameny, sochy, kříže apod. Výhoda u tohoto dodavatele je, že se nachází se v obci Tršice, kde bude umístěn i náš podnik. Náklady na dopravu budou tedy minimální. Také bude možnost osobního kontaktu při zadávání objednávek.

Okrasné tuje

Dotazníkovým šetřením jsme zjistili, že lidé mají zájem o úpravu hrobu nejen klasickým náhrobním kamenem, ale hodně z nich by volilo okrasnou dřevinu. To je tedy pro nás důvod, abychom si zajistili dodavatele rovněž pro tyto služby.

Dodavatele dřevin jsme vybírali podle následujících kritérií:

- vzdálenost,
- nabídka druhů dřevin,
- cena,
- doba působení na trhu (spolehlivost dodavatelů).

Po srovnání všech předchozích kritérií jsme nakonec zvolili Okrasnou školku Droždín.

Zákazníci budou moci u nás osobně nahlédnout do katalogu vybraných dřevin. My následně zajistíme, aby dřevina byla zasazena na správném hrobě. Nejběžnějším žádaným typem dřeviny je tuje, jejíž cena je podle druhového typu v rozmezí od 55 Kč do 200 Kč. Toto je dodavatelská cena dle katalogu.

Samozřejmě budeme také chtít mít výnos za zprostředkování uvedené služby. Zároveň ale cena za dřevinu nesmí být příliš vysoká, aby zákazník byl ochoten a mohl si dovolit ji koupit. Proto určitě využijeme možnosti domluvy nižších cen dodávek při pravidelném odběru. Námi vybraný dodavatel poskytuje stálým zákazníkům slevy. Cena by tedy měla být výhodná pro dodavatele i pro nás. [21]

5.3 SWOT analýza

Tab. č. 1 Swot analýza

| Silné stránky | Slabé stránky |
|---|--|
| Malá konkurence v rámci České republiky | Nový podnik na trhu (prozatím nemá upevněné postavení na trhu) |
| Ojedinečnost nabízené služby | Omezené zaměření na specifický okruh zákazníků |
| Zajištění veškerých služeb za majitele po úmrtí zvířete | Neznalost nabízené služby |
| Dostatečná výše vlastního kapitálu | |
| Příležitosti | Hrozby |
| Při velkém zájmu rozšíření pozemku | Zvýšení konkurence na trhu |
| Možnost rozšíření působnosti do dalšího kraje v České republice | Úbytek potencionálních zákazníků |
| Nový dodavatel kremační činnosti v bližším okolí | Ukončení dodavatelské činnosti prioritního dodavatele |
| | Změna podmínek k provozování činnosti |

Zdroj: vlastní

Shrnutí

Zatímco ve světě jsou pohřební služby pro zvířata běžné, v České republice jsme se s nimi moc nesetkávali. V dnešní době se pomalu začínají stávat běžnou záležitostí i na území ČR, ale i tak není moc podniků poskytujících tyto služby.

Jako každý začínající podnik se i my budeme snažit dostat do povědomí našim potencionálním zákazníkům. Navíc spousta chovatelů netuší, že takové služby existují. Proto je důležité, aby se o našich službách dozvěděli. Abychom tohoto dosáhli, využijeme marketingových nástrojů.

Zákazníkům se budeme snažit vyhovět tak, aby byli s našimi službami maximálně spokojeni. V tom případě je možnost, že nás doporučí dalším potenciálním zákazníkům. Těmito způsoby bychom si mohli vytvořit dobré jméno na trhu.

Mohlo by časem dojít i k plnému obsazení hřbitovu, což bychom řešili zvětšením pozemku, na základě pronájmu od obce Tršice. Vhodná místa pro rozšíření našeho podniku by byla i ve Zlínském kraji, kde se stále takové služby nenabízí, nebo hlavní město Praha. Zde dříve zvířecí hřbitov byl, ovšem dnes už nelze využít jeho služeb. Je to zapříčiněno rozepří mezi majitelkou pozemku a provozovatelem zvířecího hřbitovu.

Podnikání v tomto oboru je riskantní, protože je zaměřeno na specifického zákazníka. Proto je potřeba při vzniku konkurence se nespoléhat pouze na dobré jméno podniku. Bude nutné učinit takové kroky, aby potenciální zákazníci dali přednost našim službám před konkurencí. Například nabízet slevy, nové služby, zvýšit reklamu apod.

V případě ukončení činnosti kremačních služeb v Brně, bychom zvířata, která musí být zpopelněna před uložením do země, museli odmítat nebo vozit do zvířecího krematoria nacházejícího se kousek od Bratislavy. Tím by se zvedly náklady, které by ovlivnily zvýšení cen. Musíme tedy doufat, že se to nestane a našim přispěním se zvýší i zisky zmiňovaného krematoria a nevznikne tím důvod k jeho uzavření.

5.3.1 Eliminace hrozeb na minimum

Tab. č. 2 Eliminace hrozeb

| Hrozba | Opatření |
|--|---|
| Zvýšení konkurence na trhu | Zaměření se na větší reklamu, poskytování slev, nabídku nových služeb. |
| Úbytek potencionálních zákazníků | Pokud lidé přestanou chovat domácí zvířata, náš podnik to nebude schopen ovlivnit. |
| Ukončení dodavatelské činnosti prioritního dodavatele | V případě skončení jednoho dodavatele je třeba mít zvolenou alternativu jiného dodavatele, který bude poskytovat stejné služby za srovnatelné ceny. |
| Změna podmínek k provozování činnosti | Neustále sledovat aktualizace norem, předpisů, zákonů apod. a přizpůsobit jim své podnikání |

Zdroj: vlastní

6 URČENÍ CÍLOVÉHO STAVU

Prioritním cílem podniku bude dosažení ziskovosti. Mezi další cíle patří vybudování si dobrého jména a s tím je spojená vysoká žádanost našich služeb mezi potencionálními zákazníky.

6.1 Strategie naplnění cílů

A. Na začátku podnikání budou poskytovány slevy

Při zavádění podniku na trh budeme poskytovat slevu na převoz do krematoria v Brně ve výši 5 % z ceny dle ceníku. Dále potom na služby osobní účast při ukládání ostatků do země, rozloučení v síni a na digitální fotografie ve výši 5% z ceny podle ceníku. Slevy budeme poskytovat po dobu prvního roku působení na trhu.

B. Poskytování kvalitních služeb za přiměřené ceny

Kvalitní zajištění služby, za kterou zákazník zaplatí, bude pro jméno našeho podniku důležité. Protože pokud bude spokojený, tak nás následně doporučí svému okolí. Ceny budou optimální, aby o ně zákazník měl zájem a možnost koupit si je. Ovšem ceny nemůžou být příliš nízké, aby podnik dosáhl zisku.

C. Zdvořilí a ochotní pracovníci

Pracovníci podniku se budou snažit zákazníkům vždy maximálně vyhovět. Měli by být ohleduplní v těžké chvíli zákazníka a umět co nejlépe poradit ve výběru služeb. Samozřejmě bude schopnost pracovníka co nejlépe zodpovědět zákazníkovi případné dotazy. Konzultace o službách budou poskytovány zdarma.

D. Dodržování norem a předpisů

Podnik se bude řídit hygienickými normami, veterinárními normami a zákonem o pohřbenictví. V případě jejich změny se podnik bude muset přizpůsobit novým podmínkám, aby nedošlo k porušení norem a následnému udělení sankcí v podobě peněžitých pokut či případnému ukončení provozování činnosti.

E. Zajištění propagace prostřednictvím marketingových nástrojů

V dnešní době je k získávání informací nejvíce využíván internet. Proto za hlavní nástroj k propagaci našeho podniku zvolíme www stránky. Tyto stránky navrhne, zpracuje a bude spravovat člen rodiny. Proto cena za odvedenou práci bude nízká. Náklady spojené

s navržením a vytvořením stránek budou ve výši 3 000 Kč. Dále cena za webhosting bude ročně 800 Kč.

Internetové stránky budou přehledné a vzhledově decentní, aby úprava odpovídala jejich tématice. Obsah bude tvořen z informací o našem podniku, ceníku služeb, fotogalerie pietního místa, provozovací doby a kontaktu. Na našich stránkách umožníme potencionálním i stávajícím zákazníkům vyjádřit své dotazy, návrhy a pozitivní, případně negativní, kritiku. Každá kritika je pro podnik dobrá, protože poté víme, které služby mají dobrou kvalitu a naopak, co bychom mohli ještě zlepšit.

Mezi další formy propagace patří letáky. Barva a styl písma bude opět přizpůsoben druhu nabízených služeb. Velikost letáků bude A5. Tento propagační materiál umístíme na veterinární stanice a kliniky v Olomouckém kraji. Hlavně do měst v okolí obce Tršice. Jelikož tam se nachází námi zvolená cílová skupina zákazníků. Zvolená města jsou: Olomouc, Přerov, Prostějov, Velká Bystřice, Zlín, Hranice a další.

Uvedené informace, které se prostřednictvím letáků dostanou k potencionálním zákazníkům, poskytnou přehled o našich službách a jejich cenách. Také kontakt na nás ve formě adresy, kde bude podnik sídlit, e-mailu, telefonního čísla a samozřejmě jsou i uvedené naše www stránky.

Pro začátek necháme zhotovit 1000 ks letáků za cenu 1 Kč/ ks; a vizitky 200 ks, přičemž 1 kus bude stát 4 Kč. Jejich následné roznesení zajistíme osobně. Na provozovně si ponecháme k dispozici 500 ks letáků a 100 ks vizitek.

Jako součást propagace nám poslouží reklama na našem firemním autě. Navrhnutí vzhledu reklamy vytvoří firma Graphic Art s.r.o., která sídlí v Olomouci. Tato firma vytvoří návrhy možných polepů na naše auto. Na polepu musí být název podniku, www stránky, e-mail, telefon, adresa, případně logo podniku. Zvolený návrh vytiskne a provede polep auta. Polepy na autě budou na víku motoru, předních dveřích, bočních stranách digitálním tiskem a na nárazníku. Náklady na zajištění této propagace jsou za návrh 3 200 Kč a polep 12 000 Kč. Dohromady to tedy činí 15 200 Kč.

6.2 Kontrolní mechanismus dosahování cílů

První kontrolou pro nás bude žádanost našich služeb. Výše zájmu ukáže, zda jsme se dostali do povědomí společnosti a zda funguje naše reklama. Samozřejmě budeme pravidelně sledovat návštěvnost našich www stránek.

Na stránkách vytvoříme anketu, z jakých zdrojů se o našem podniku dozvěděli. Jako propagace nemusí sloužit pouze námi zvolené marketingové prostředky. Noví zákazníci se o nás mohou dozvědět od svých známých, kolegů, rodiny a mnoha dalších. Zjištění této skutečnosti nám bude sloužit také jako kontrola spokojenosti s našimi službami.

Zvýšení počtu poskytnutých služeb znamená správnou volbu strategie k dosažení našich cílů.

K průběžnému kontrolování poslouží sledování měsíčních nákladů a výnosů. Ovšem důležitější budou celkové náklady a výnosy za rok, zda výnosy pokryly náklady. Nakonec vyhodnotíme, jestli jsme v daném roce dosáhli zisku anebo ztráty. Pokud se ukáže ztráta, bude třeba zjistit, z jakého důvodu k ní došlo. Zaměříme se na ty oblasti, které vykazovaly ztrátu a pokusíme se je upravit či změnit, aby se to v následujícím roce neopakovalo.

V případě zjištění zisku to pro nás znamená zvolení správných cen a hodné propagace služeb.

7 FINANČNÍ PLÁN

Na základě určení pořizovacích výdajů se dozvíme, zda nám bude stačit vlastní kapitál vložený do podnikání nebo zda budeme potřebovat úvěr od banky. Zjistíme tedy velikost investic, které jsou nutné pro začátek podnikání a k následnému provozu.

7.1 Pořizovací výdaje

Pro začátek je podniku k dispozici vložený vlastní kapitál, který tvoří pozemek o výměře 5 000 m². Celková hodnota pozemku je 400 000 Kč, tedy 80 Kč/m². Dále je součástí vlastního kapitálu peněžitá částka ve výši 454 040 Kč.

Do pořizovacích výdajů je zahrnuto předplacení nájemného kanceláře pouze na 1 měsíc dopředu. Důvodem je, že kancelář je ve vlastnictví zaměstnance.

Tab. č. 3 Pořizovací výdaje (v Kč)

| Položka | Cena |
|--|----------------|
| Auto | 200 000 |
| Materiál na plot | 39 648 |
| Nářadí + desinfekce | 3 052 |
| Vybavení malého domku | 4 100 |
| Vybavení kanceláře | 5 350 |
| PC + software+tiskárna | 30 000 |
| Předplacení nájemného na 1 měsíc dopředu | 3 500 |
| Vytvoření internetových stránek | 3 000 |
| Chladicí box | 30 000 |
| Chladicí box do auta | 61 900 |
| Pytle na mrtvoly | 7 200 |
| Dálniční známka | 1 500 |
| Marketingové nástroje | 17 000 |
| Digitální fotoaparát | 3 000 |
| Razítko podniku | 400 |
| Celkem | 409 650 |

Zdroj: vlastní

Po pořízení všech věcí nutných pro začátek podnikání, zůstane tedy ještě finanční rezerva ve výši 44 790 Kč. Z toho vyplývá, že si nebudeme muset zřizovat bankovní úvěr.

Tab. č. 4 Počáteční rozvaha (v Kč)

| Počáteční rozvaha | | | |
|-----------------------------|----------------|-------------------------|----------------|
| Aktiva | | Pasiva | |
| Dlouhodobý majetek | 800 868 | Základní kapitál | 854 040 |
| Dlouhodobý hmotný majetek | 726 620 | Vlastní kapitál | 854 040 |
| Dlouhodobý nehmotný majetek | 11 100 | | |
| Zřizovací výdaje | 63 148 | | |
| Oběžný majetek | 53 172 | | |
| Zásoby | 8 782 | | |
| Běžný účet | 40 000 | | |
| Pokladna | 4 390 | | |
| Aktiva celkem | 854 040 | Pasiva celkem | 854 040 |

Zdroj: vlastní

7.2 Mzda pracovníka

Mzda pracovníka patří mezi náklady, nimiž musíme počítat od počátku podnikání.

Hrubá mzda (dále HM) pracovníka bude činit 13 500 Kč.

Zdravotní pojištění (9 % z HM), které podnik odvádí za zaměstnance, bude 1 215 Kč.

Sociální pojištění (25 % z HM), které podnik odvádí za zaměstnance, bude 3 375 Kč.

Přičtením těchto pojištění k HM, dostaneme superhrubou mzdu, jejíž výše bude 18 100 Kč.

Superhrubou mzdu vynásobíme sazbou daně z příjmů, která činí 15 %. Výsledkem bude tzv. záloha na daň z příjmů ve výši 2 715 Kč.

Z této částky odečteme slevu na poplatníka, tedy 2 070 Kč a vyjde nám 645 Kč.

Následuje část, v níž od HM odečteme slevy. Protože náš pracovník neuplatňuje nárok na žádnou jinou slevu než na poplatníka, tak od částky 13 500 Kč odečteme 645 Kč. Dále odečteme zdravotní a sociální pojištění, které si pracovník platí ze své mzdy.

Zdravotní pojištění (4, 5 % z HM) činní 608 Kč a sociální pojištění (6, 5 % z HM) je 878 Kč.

Konečná čistá mzda, jež bude pracovníkovi vyplacena, bude 11 369 Kč.

7.3 Hospodaření podniku

Níže jsou uvedeny předpokládané náklady, které vzniknou ročně. Náklady jsou vyčíslené pro první 3 roky podnikání. Významnou nákladovou položkou jsou dodavatelé. Budeme si nechat dodávat urny a rakve, jež si našim prostřednictvím objednají zákazníci. Dále do položky dodavatelé je zahrnuta objednávka u kameníka či koupě okrasného stromku na hrob zvířete, koupě nehašeného vápna a pytlů na mrtvoly apod.

Služba zajištění kremace bude samostatná položka nákladů i výnosů. Důvodem je, že náš podnik přímo z této služby nebude mít žádnou tržbu. Ceny za kremaci v našem ceníku jsou totožné s cenami kalkulace kremace Zvířecího krematoria Brno s. r. o.

Předpokládanými výnosy, jež jsou uvedeny níže, budeme chtít pokrýt vzniklé náklady. Ovšem jako správní podnikatelé se budeme snažit i o dosažení zisku. Významné pro nás budou položky za převoz na kremaci a zpět a ostatní výnosy. Do ostatních výnosů jsou zahrnuty nadstandardní služby, tedy rozloučení v síni, osobní část u ukládání do země, převzetí zvířete mimo pracovní dobu, uchování v chladícím boxu déle než 2 dny, digitální fotografie ze smutečního obřadu a každodenní zapalování svíček.

V prvním roce budou poskytovány slevy, které budou 5 % z ceny ovšem jen na určité služby. Mezi ně bude patřit převoz na kremaci a nadstandardní služby.

V našem finančním plánu budeme pracovat s pesimistickou, reálnou a optimistickou variantou.

7.3.1 Pesimistická varianta

První rok jsme pracovali s náklady a výnosy, jež vznikly z předpokladů, že bude pronajato 50 hrobů a zprostředkováno 60 kremací. Zákazníci nevyužijí ostatních služeb anebo pouze minimálně.

Druhý rok bude pronajato 50 hrobů. Stejný počet jako předcházející rok. Počet námi zprostředkovaných kremací bude 70. Ostatních služeb opět ve většině případů nebude využito.

Třetí rok jsme předpokládali o trochu větší zájem o naše služby. Podle nás bude pronajato 60 hrobů a uskutečněno 80 kremací. Ostatních služeb opět buď nebude využito anebo budou žádány minimálně.

V této variantě nepředpokládáme zájem o nadstandardní služby. Těmi se rozumí například pořízení digitálních fotografií z obřadu, osobní část při ukládání do země, rozloučení v síni, a jiné.

Tab. č. 5 Pesimistické náklady (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Fixní náklady | 370 880 | 370 880 | 370 880 |
| Nájemné | 42 000 | 42 000 | 42 000 |
| Plat | 162 000 | 162 000 | 162 000 |
| Sociální a zdravotní pojištění | 55 080 | 55 080 | 55 080 |
| Povinné a havarijní pojištění | 8 400 | 8 400 | 8 400 |
| Marketingové nástroje | 800 | 800 | 800 |
| Telefon a internet | 18 600 | 18 600 | 18 600 |
| Energie a poplatky | 84 000 | 84 000 | 84 000 |
| Variabilní náklady | 322 825 | 399 980 | 477 035 |
| Pohonné hmoty | 32 725 | 38 080 | 50 435 |
| Dodavatelé | 24 500 | 32 500 | 42 500 |
| Kremace | 265 600 | 329 400 | 384 100 |
| Celkem | 693 705 | 770 860 | 847 915 |

Zdroj: vlastní

Tab. č. 6 Pesimistické výnosy (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Převoz zvířete | 148 010 | 181 400 | 197 000 |
| Pronájem hrobu | 102 500 | 102 500 | 102 500 |
| Vykopání místa pro uložení | 62 500 | 62 500 | 67 500 |
| Ostatní výnosy | 60 560 | 86 100 | 95 700 |
| Kremace | 265 600 | 329 400 | 384 100 |
| Celkem | 639 170 | 761 900 | 846 800 |

Zdroj: vlastní

Tab. č. 7 Cash flow (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-----------------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| Předpokládané příjmy | 639 170 | 761 900 | 846 800 |
| Předpokládané výdaje | 1 103 355 | 770 860 | 847 915 |
| Požizovací výdaje | 409 650 | 0 | 0 |
| Fixní výdaje | 370 880 | 370 880 | 370 880 |
| Variabilní výdaje | 322 825 | 399 980 | 477 035 |
| Tok peněz | - 464 185 | - 8 960 | - 1 115 |
| Vlastní peněžitý vklad | 454 040 | 0 | 0 |
| Kumulované CF | - 10 145 | - 19 105 | - 20 220 |

Zdroj: vlastní

Tab. č. 8 Výkaz zisků a ztrát (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-------------------------------|------------------|----------------|----------------|
| Předpokládané výnosy | 639 170 | 761 900 | 846 800 |
| Předpokládané náklady | 1 103 355 | 770 860 | 847 915 |
| Požizovací náklady | 409 650 | 0 | 0 |
| Fixní náklady | 370 880 | 370 880 | 370 880 |
| Variabilní náklady | 322 825 | 399 980 | 477 035 |
| Výsledek hospodaření | - 464 185 | - 8 960 | - 1 115 |
| Daň ze zisku (15%) | 0 | 0 | 0 |
| Zisk/ztráta po zdanění | - 464 185 | - 8 960 | - 1 115 |

Zdroj: vlastní

V pesimistické variantě nám na konci každého roku vychází ztráta. Je to hlavně na základě předpokladu, že zákazníci nebudou využívat nadstandardních služeb anebo pouze minimálně. Dalším důvodem je předpoklad malého zájmu celkově o pohřbívání zvířat.

Abychom dosáhli reálné, až optimistické varianty, bude třeba se snažit, aby zákazníci začali využívat nadstandardních služeb. Nebo rozšířením marketingových nástrojů zaujmout větší okruh potencionálních zákazníků. Například využít možnosti reklamy v různých časopisech pro chovatele domácích zvířat.

Kdyby podnik měl být dlouhodobě ve ztrátě, bylo by nutné ukončit podnikatelskou činnost, jelikož příjmy by nedokázaly plně pokrýt náklady.

7.3.2 Reálná varianta

V reálné variantě předpokládáme první rok podnikání uskutečnění 70 kremací a pronajmutí 90 hrobů. Samozřejmě počítáme, že zákazníci využijí i ostatní služby dle ceníku.

V druhém roce jsme pracovali s předpokladem, že bude využito 70 hrobů a uskutečněno 120 kremací. Zákazníci projeví zájem také o ostatní služby spojených s pohřbíváním.

V třetím roce potom vycházíme z předpokladů, že bylo převezeno mrtvých zvířat na 150 kremací do Brna a zpět. A pronajato 80 hrobů. V tomto roce bude také využito ostatních služeb.

V této variantě počítáme s tím, že minimálně polovina a více zákazníků využije v každém roce alespoň jednu nadstandardní službu. Například pořízení digitálních fotografií z obřadu, osobní část při ukládání do země, rozloučení v síni apod.

Větší využití kremace předpokládáme z toho důvodu, že v zimních měsících nebude možné poskytovat službu vykopání hrobů a uložení mrtvého zvířete do země. Také předpokládáme, že ne všichni naši zákazníci využijí služby kremace a služby pohřbení dohromady.

Tab. č. 9 Reálné náklady (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|--------------------------------|----------------|----------------|------------------|
| Fixní náklady | 370 880 | 370 880 | 370 880 |
| Nájemné | 42 000 | 42 000 | 42 000 |
| Plat | 162 000 | 162 000 | 162 000 |
| Sociální a zdravotní pojištění | 55 080 | 55 080 | 55 080 |
| Povinné a havarijní pojištění | 8 400 | 8 400 | 8 400 |
| Marketingové nástroje | 800 | 800 | 800 |
| Telefon a internet | 18 600 | 18 600 | 18 600 |
| Energie a poplatky | 84 000 | 84 000 | 84 000 |
| Variabilní náklady | 348 782 | 601 305 | 777 170 |
| Pohonné hmoty | 37 932 | 64 855 | 80 920 |
| Dodavatelé | 42 400 | 83 900 | 84 100 |
| Kremace | 268 450 | 452 550 | 612 150 |
| Celkem | 719 662 | 972 185 | 1 148 050 |

Zdroj: vlastní

Tab. č. 10 Reálné výnosy (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-----------------------------------|----------------|------------------|------------------|
| Převoz zvířete | 171 807 | 309 400 | 386 200 |
| Pronájem hrobu | 172 500 | 145 000 | 165 000 |
| Vykopání místa pro uložení | 108 500 | 88 000 | 98 000 |
| Ostatní výnosy | 176 985 | 351 575 | 384 750 |
| Kremace | 268 450 | 452 550 | 612 150 |
| Celkem | 898 242 | 1 346 525 | 1 646 100 |

Zdroj: vlastní

Tab. č. 11 Cash flow (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Předpokládané příjmy | 898 242 | 1 346 525 | 1 646 100 |
| Předpokládané výdaje | 1 129 312 | 972 185 | 1 148 050 |
| Požizovací výdaje | 409 650 | 0 | 0 |
| Fixní výdaje | 370 880 | 370 880 | 370 880 |
| Variabilní výdaje | 348 782 | 601 305 | 777 170 |
| Tok peněz | - 231 070 | 374 340 | 498 050 |
| Vlastní peněžitý vklad | 454 040 | 0 | 0 |
| Kumulované CF | 222 970 | 597 310 | 1 095 360 |

Zdroj: vlastní

Tab. č. 12 Výkaz zisků a ztrát (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Předpokládané výnosy | 898 242 | 1 346 525 | 1 646 100 |
| Předpokládané náklady | 1 129 312 | 972 185 | 1 148 050 |
| Pořizovací náklady | 409 650 | 0 | 0 |
| Fixní náklady | 370 880 | 370 880 | 370 880 |
| Variabilní náklady | 348 782 | 601 305 | 777 170 |
| Výsledek hospodaření | - 231 070 | 374 340 | 498 050 |
| Daň ze zisku (15%) | 0 | 56 151 | 74 708 |
| Zisk/ztráta po zdanění | - 231 070 | 318 189 | 423 342 |

Zdroj: vlastní

V prvním roce je podnik ztrátový. K tomu může docházet z mnoha důvodů, jedním z nich může být uskutečňování slevy na vybrané služby. Dále námi poskytované specifické služby se teprve začínají dostávat do povědomí zákazníka, jsou zde započítány pořizovací náklady a jiné.

Výnosy z dalších let zcela pokryjí náklady a je předpokládáno i dosažení zisku. Z tohoto zisku bude podnikatel čerpat peníze pro osobní spotřebu a platit si sociální a zdravotní pojištění.

Tab. č. 13 Čistá současná hodnota (v Kč)

| | 1. Rok | 2. Rok | 3. Rok | 4. Rok |
|-----------------------------------|----------------|-----------|----------|---------|
| Investiční výdaj | - 454 040 | | | |
| Čistý příjem | - 231 070 | 318 189 | 423 342 | 423 342 |
| Tok peněz celkem | - 685 110 | 318 189 | 423 342 | 423 342 |
| Diskontní míra peněžního toku 10% | - 685 110 | 289 263 | 349 869 | 318 063 |
| Kumulovaný diskontovaný tok peněz | - 685 110 | - 395 847 | - 45 978 | 272 085 |
| ČSH | 272 085 | | | |

Zdroj: vlastní

Doba návratnosti investice

$$P = 454\,040 / (-231\,070 + 318\,189 + 423\,342 + 423\,342) / 4$$

$$P = 1,9 \text{ let}$$

Investice do našeho podnikání se nám vrátí bez pár měsíců po dvou letech.

7.3.3 Optimistická varianta

V prvním roce bude, dle našich odhadů, zprostředkováno 100 kremací a využito 80 hrobů. Zákazníci využijí ostatních služeb spojených s uskutečněním pohřbu zvířete.

V druhém roce by měl stoupnout zájem o naše služby. Bude zprostředkováno 120 kremací a uskutečněno 90 pohřbů zvířat a ostatních služeb, které jsou s pohřbem spojeny.

Během třetího roku v optimistické variantě předpokládáme pronajmutí 100 hrobů a uskutečnění 150 kremací. Dále budou poskytnuty i ostatní služby.

V této variantě se počítá s tím, že převážná většina zákazníků využije alespoň dvou nadstandardních služeb. Například zákazník využije dohromady rozloučení v síni a osobní účast u ukládání do země nebo rozloučení v síni a pořízení digitálních fotografií z obřadu, apod. Samozřejmě může využít i více, než pouze dvou ostatních služeb, najednou.

Tab. č. 14 Optimistické náklady (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|--------------------------------|----------------|----------------|------------------|
| Fixní náklady | 370 880 | 370 880 | 370 880 |
| Nájemné | 42 000 | 42 000 | 42 000 |
| Plat | 162 000 | 162 000 | 162 000 |
| Sociální a zdravotní pojištění | 55 080 | 55 080 | 55 080 |
| Povinné a havarijní pojištění | 8 400 | 8 400 | 8 400 |
| Marketingové nástroje | 800 | 800 | 800 |
| Telefon a internet | 18 600 | 18 600 | 18 600 |
| Energie a poplatky | 84 000 | 84 000 | 84 000 |
| Variabilní náklady | 510 045 | 596 855 | 783 170 |
| Pohonné hmoty | 54 145 | 64 855 | 80 920 |
| Dodavatelé | 42 100 | 74 900 | 73 000 |
| Kremace | 413 800 | 457 100 | 629 250 |
| Celkem | 880 925 | 967 735 | 1 154 050 |

Zdroj: vlastní

Tab. č. 15 Optimistické výnosy (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Převoz zvířete | 245 290 | 309 400 | 386 200 |
| Pronájem hrobu | 145 000 | 155 000 | 190 000 |
| Vykopání místa pro uložení | 91 000 | 102 000 | 118 000 |
| Ostatní výnosy | 382 138 | 371 800 | 379 900 |
| Kremace | 413 800 | 457 100 | 629 250 |
| Celkem | 1 277 228 | 1 395 300 | 1 703 350 |

Zdroj: vlastní

Tab. č. 16 Cash flow (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Předpokládané příjmy | 1 277 228 | 1 395 300 | 1 703 350 |
| Předpokládané výdaje | 1 290 575 | 967 735 | 1 154 050 |
| Požizovací výdaje | 409 650 | 0 | 0 |
| Fixní výdaje | 370 880 | 370 880 | 370 880 |
| Variabilní výdaje | 510 045 | 596 855 | 783 170 |
| Tok peněz | - 13 347 | 427 565 | 549 300 |
| Vlastní peněžitý vklad | 454 040 | 0 | 0 |
| Kumulované CF | 440 693 | 868 258 | 1 417 558 |

Zdroj: vlastní

Tab. č. 17 Výkaz zisků a ztrát (v Kč)

| | 1. rok | 2. rok | 3. rok |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Předpokládané výnosy | 1 277 228 | 1 395 300 | 1 703 350 |
| Předpokládané náklady | 1 290 575 | 967 735 | 1 154 050 |
| Požizovací náklady | 409 650 | 0 | 0 |
| Fixní náklady | 370 880 | 370 880 | 370 880 |
| Variabilní náklady | 510 045 | 596 855 | 783 170 |
| Výsledek hospodaření | - 13 347 | 427 565 | 549 300 |
| Daň ze zisku (15%) | 0 | 64 135 | 82 395 |
| Zisk/ztráta po zdanění | - 13 347 | 363 430 | 466 905 |

Zdroj: vlastní

V uvedené variantě se podnik první rok dostal do ztráty, ale v dalších letech by měl dosahovat stále vyššího zisku. Každoroční růst zisku závisí na předpokladu, že se náš podnik bude dostávat do povědomí potencionálních zákazníků. A počet lidí, jež využijí našich služeb, se bude každý rok zvyšovat.

Ze zisku bude podnikatel čerpat peněžní prostředky pro osobní spotřebu.

Tab. č. 18 Čistá současná hodnota (v Kč)

| | 1. Rok | 2. Rok | 3. Rok |
|--|----------------|---------------|---------------|
| Investiční výdaj | - 454 040 | | |
| Čistý příjem | - 13 347 | 363 430 | 466 905 |
| Tok peněz celkem | - 467 387 | 363 430 | 466 905 |
| Diskontní míra peněžního toku 10% | - 467 387 | 330 390 | 385 871 |
| Kumulovaný diskontovaný tok peněz | - 467 387 | - 136 997 | 248 874 |
| ČSH | 248 874 | | |

Zdroj: vlastní

Doba návratnosti investice

$$P = 454\,040 / (-13\,347 + 363\,430 + 466\,905) / 3$$

$$P = 1,7 \text{ roku}$$

Investice do našeho podnikání se nám vrátí po necelých dvou letech.

ZÁVĚR

Specifický podnik Spící očka je svými službami zaměřen hlavně na domácí chovatele zvířat žijících ve městech. Priorita podniku je nabízet kvalitní služby a ohleduplné zacházení se zákazníky. Milé zacházení je důležité, protože se ve svém okolí mohou setkat s nechápavými a bezohlednými lidmi, kteří nerozumí smutku ze ztráty zvířete. Ovšem chovatelé nepovažují zvíře pouze za nějakou věc, co po smrti prostě vyhodí a zapomenou na ni. Označují je za členy své rodiny.

Při zpracovávání práce jsem se setkala s pozitivními i negativními ohlasy. Převážně to byly právě pozitivní zpětné vazby, kdy lidé by uvítali podnik s tímto typem služeb. Negativní postoje většinou zaujímali lidé, kteří nemají žádné domácí zvíře a nikdy je ani neměli. Nedomáží se tedy pochopit, proč by lidé měli mít zájem o dané služby. Během průzkumu jsem se setkala i s názorem, že jedna osoba neuznává ani veřejné hřbitovy pro lidi a že je pro to, aby rodinní příslušníci byli pochováni na vlastních zahradách. Ať už se jedná o domácí zvíře anebo o příbuzné.

Lidé pocházející z vesnic si svá zvířata převážně pohřbívají na zahradách. Někteří z nich by ovšem měli zájem pouze o službu kremace s tím, že chtějí mít ostatky vystaveny doma.

Dle výše zmíněných ohlasů lidí je zřejmé, že tento podnik, se svými specifickými službami, má možný potenciál do budoucna. Navíc přímo v Olomouckém kraji nemá konkurenci, a to je jeho velkou výhodou. Nejbližší možná konkurence se nachází v Brně, ovšem ta neposkytuje úplně totožné služby.

Při zpracovávání podnikatelského plánu jsem zjistila, že zvířecí hřbitovy nejsou výmyslem dnešní doby, ale mají svou historii. První zvířecí hřbitov, který oficiálně vznikl, se nachází v USA, kde v dnešní době je pohřbeno skoro 70 tisíc zvířat. První zvířecí hřbitovy v Evropě, které vznikly v 19. a 20. století, se nachází v Paříži a u nás v ČR v Otovicích na Karlovarsku. Animální hřbitov v Otovicích dnes už slouží pouze jako turistické místo. [22, 23]

Naše společnost se bude snažit, aby se stala vyhledávaným místem chovatelů, vytvořila si dobré jméno a dávala pocit zákazníkům, že v těžkých chvílích nejsou sami.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] HAVLÍČEK, Karel a Milan KAŠÍK. *Marketingové řízení malých a středních podniků*. Praha: Management Press, 2005. ISBN 80-7261-120-8.
- [2] KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Dotisk 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [3] KOŽENÁ, Marcela. *Manažerská ekonomika I. díl*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2004. ISBN: 80-7194-642-7.
- [4] SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1263-1.
- [5] SRPOVÁ, Jitka, Ivana SVOBODOVÁ, Pavel SKOPAL a Tomáš ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.
- [6] SYNEK, Miloslav et. al. *Podniková ekonomika*. 3. přepracované a doplněné vydání. Praha: C. H. Beck, 2002. ISBN 80-7179-736-7.
- [7] SYNEK, Miloslav et. al. *Manažerská ekonomika*. 4. aktualizované a rozšířené vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1992-4.
- [8] VEBER, Jaromír, Jitka SRPOVÁ et. al. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. aktualizované a rozšířené vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [9] Česká republika. Zákon č. 256/2001 Sb. ze dne 29. června 2001 o pohřebnictví a o změně některých zákonů. In.: Sbíрка zákonů České republiky, 2001, částka 98, s. 5669 – 5682. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2001/sb098-01.pdf>
- [10] Česká republika. Zákon č. 166/1999 Sb. ze dne 13. července 1999 o veterinární péči a o změně některých souvisejících zákonů (veterinární zákon). In: Sbíрка zákonů České republiky, 1999, částka 57, s. 3122 – 3150. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1999/sb057-99.pdf>
- [11] Evropská společenství. *Nová definice malých a středních podniků: uživatelská příručka a vzor prohlášení*. Publikace podniky a průmysl, 2006. ISBN 92-894-7917-5.
- [12] ÚZ 840. *Živnostenské podnikání*. Ostrava: Sagit, 2011. ISBN 978-80-7208-860-7.

Internetové zdroje:

- [13] Český statistický úřad. MSP význam v české ekonomice [online]. © Český statistický úřad, 2012 [cit. 2012-04-06]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/ckta090307.doc>
- [14] Krematorium zvířat Brno s. r. o. Krematorium zvířat [online]. [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: <http://www.krematoriumzvirat.cz/default.asp>
- [15] Noamy Pet. Pohřební služba pro domácí zvířatka [online]. © Pohrbyzvirat.cz, 2011 [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: <http://www.pohrbyzvirat.cz/index.php>
- [16] Služby města Pardubic a. s. Animální hřbitov [online]. [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: <http://www.smp-pce.cz/animalni-hrbitov-128/>
- [17] Hřbitov pro zvířecí miláčky Kutná Hora. Zvířecí hřbitov [online]. © Zvířecí hřbitov Kutná Hora, 2003 - 2012 [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: <http://zvirecihrbitov.jidol.cz/>
- [18] Nenia – hřbitov pro domácí zvířata. Zvířecí hřbitov [online]. [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: <http://www.hrbitov-nenia.cz/index3.html>
- [19] Podřípské pohřebiště drobných zvířat. Hřbitov zvířat [online]. [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: <http://www.hrbitovzvirat.cz/>
- [20] Darababy.com. Pohřebnické pomůcky [online]. © Pohřebnické pomůcky, 2012 [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: <http://pohrebnickepomucky.cz/>
- [21] Drozdin.cz. Okrasná školka Droždín [online]. [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: <http://www.drozdin.cz/index.htm>
- [22] Ozene.zoznam.sk. Zvierací cintorín [online]. © Zoznam, s.r.o. a PEREX, a.s., 2012 [cit. 2012-04-05]. Dostupné z: <http://ozene.zoznam.sk/cl/100286/249267/Do-psieho-raja-pohrebny-voz-nechodi>
- [23] Idnes.cz. Zvířecí hřbitov [online]. © MAFRA a.s., 1999 – 2012 [cit. 2012-04-05]. Dostupné z: http://vary.idnes.cz/psi-hrbitov-byl-rozmarilosti-lazenskych-hostuted-je-turistickou-raritou-1u6-/vary-zpravy.aspx?c=A110801_113400_vary-zpravy_sou

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

| | |
|----------------|---|
| apod. | A podobně |
| atd. | A tak dále |
| cm | Centimetr |
| ČR | Česká republika |
| EU | Evropská unie |
| HM | Hrubá mzda. |
| Kč | Koruna česká |
| kg | Kilogram |
| ks | Kus |
| m ² | Metr čtvereční |
| mil. | Milion |
| MSP | Malé a střední podnikání |
| např. | Například |
| P | Payback period (doba návratnosti investice) |
| PC | Personal Computer (osobní počítač) |
| s. r. o. | Společnost s ručením omezeným |
| SWOT analýza | Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats |

SEZNAM OBRÁZKŮ

| | |
|---|----|
| Obr. č. 1 - Vyhodnocující graf dotazníkové otázky, zda by vadil občanům obce Tršice vznik zvířecího hřbitovu..... | 29 |
| Obr. č. 2 - Vyhodnocující graf dotazníkové otázky na potřebnost zvířecího hřbitovu v Olomouckém kraji..... | 32 |

SEZNAM TABULEK

| | |
|---|----|
| Tab. č. 1 Swot analýza | 38 |
| Tab. č. 2 Eliminace hrozeb | 40 |
| Tab. č. 3 Pořizovací výdaje (v Kč) | 44 |
| Tab. č. 4 Počáteční rozvaha (v Kč) | 45 |
| Tab. č. 5 Pesimistické náklady (v Kč) | 47 |
| Tab. č. 6 Pesimistické výnosy (v Kč) | 48 |
| Tab. č. 7 Cash flow (v Kč)..... | 48 |
| Tab. č. 8 Výkaz zisků a ztrát (v Kč) | 49 |
| Tab. č. 9 Reálné náklady (v Kč) | 50 |
| Tab. č. 10 Reálné výnosy (v Kč) | 51 |
| Tab. č. 11 Cash flow (v Kč)..... | 51 |
| Tab. č. 12 Výkaz zisků a ztrát (v Kč) | 52 |
| Tab. č. 13 Čistá současná hodnota (v Kč)..... | 52 |
| Tab. č. 14 Optimistické náklady (v Kč)..... | 54 |
| Tab. č. 15 Optimistické výnosy (v Kč)..... | 54 |
| Tab. č. 16 Cash flow (v Kč)..... | 55 |
| Tab. č. 17 Výkaz zisků a ztrát (v Kč) | 55 |
| Tab. č. 18 Čistá současná hodnota (v Kč)..... | 56 |

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Ceník služeb

Příloha P II: Leták a vizitka

Příloha P III: Dotazník

Příloha P IV: Čestné prohlášení

Příloha P V: Zpráva o úhynu zvířete

PŘÍLOHA P I: CENÍK SLUŽEB

Standardní služby

Uložení zvířete do země a pronájem místa na 5 let

| Váha/rozměr zvířete | Cena |
|---|----------|
| Malé zvíře (hlodavec, pták)/ 50 x 50 cm | 500 Kč |
| Zvíře do 20 kg/ 70 x 70 cm | 1 500 Kč |
| Zvíře nad 20 kg/ 90 x 90 cm | 2 000 Kč |
| Zvíře nad 50 kg do 60 kg/ 120 x 120 cm | 3 000 Kč |

Zdroj: vlastní

Vykopání místa pro uložení

| Váha/rozměr zvířete | cena |
|---|----------|
| Malé zvíře (hlodavec, pták)/ 50 x 50 cm | 5 00 Kč |
| Zvíře do 20 kg/ 70 x 70 cm | 1 000 Kč |
| Zvíře nad 20 kg/ 90 x 90 cm | 1 300 Kč |
| Zvíře nad 50 kg do 60 kg/ 120 x 120 cm | 1 500 Kč |

Zdroj: vlastní

Prodloužení nájmu po 5 letech - na dalších 5 let

| Váha zvířete | Cena |
|-----------------------------|----------|
| Malé zvíře (hlodavec, pták) | 500 Kč |
| Zvíře do 20 kg | 1 000 Kč |
| Zvíře nad 20 kg | 1 500 Kč |
| Zvíře do 60 kg | 2 000 Kč |

Zdroj: vlastní

| Zajištění zpopelnění v krematoriu v Brně | |
|---|----------|
| individuální žeh a spojené základní služby do 2 kg | 1 480 Kč |
| individuální žeh a spojené základní služby 2-5 kg | 2 050 Kč |
| individuální žeh a spojené základní služby 5-10 kg | 2 850 Kč |
| individuální žeh a spojené základní služby 10-25 kg | 3 650 Kč |
| individuální žeh a spojené základní služby 25-40 kg | 4 560 Kč |
| individuální žeh a spojené základní služby 40-70 kg | 5 470 Kč |

Celková cena základních křmačnických služeb vč. 14% DPH

Celková základní cena obsahuje:

- Příprava zvířátka do hermeticky uzavřeného metalického vaku
- Uložení v chladicím boxu do 24 hodin
- Provedení individuální křmace a křmulace ostatků

Ceník křmačnických služeb je shodný s cenami Krematoria zvířat v Brně

Nadstandardní služby

Převzetí zvířete a převezení

| Vzdálenost | Cena |
|-------------------------------------|--------------------|
| do 20 km | 400 Kč |
| nad 20 km | 400 Kč + 11,-Kč/km |
| převoz do Brna a zpět z obce Tršice | 2 160 Kč |

Zdroj: vlastní

Vak na zvíře

| Váha/rozměr zvířete | Cena |
|---|--------|
| Malé zvíře (hlodavec, pták)/ 50 x 50 cm | 200 Kč |
| Zvíře do 20 kg/ 70 x 70 cm | 250Kč |
| Zvíře nad 20 kg/ 90 x 90 cm | 270 Kč |
| Zvíře nad 50 kg do 60 kg/ 120 x 120 cm | 300 Kč |

Zdroj: vlastní

| | |
|--|---------------------|
| Převzetí zvířete mimo pracovní dobu | 350 Kč |
| Osobní účast u ukládání do země | 300 Kč |
| Rozloučení v síni | 500 Kč |
| Digitální fotografie z rozloučení | 285 Kč |
| Každodenní zapálení svíčky | 500 Kč/měsíc |
| Dřevěné a kartonové rakve | Dle katalogu |
| Ozdobné urny | Dle katalogu |
| Náhrobní kameny a okrasné stromky | Dle katalogu |

Dodavatel urn a rakví: krematorium Brno, s. r. o.

Zdroj: vlastní

PŘÍLOHA P II: LETÁK A VIZITKA



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní

PŘÍLOHA P III: DOTAZNÍK

Úkolem tohoto dotazníku je zjistit žádanost služeb zvířecího hřbitovu v Olomouckém kraji. Hlavně ve městech Olomouc, Přerov, Prostějov. Dalším cílem dotazníku je zjistit, zda by vznik zvířecího hřbitovu nevadil občanům žijícím v blízkém okolí.

- 1 Kde bydlíte? A) město B) vesnice
- 2 Do jaké věkové kategorie patříte: A) 18 – 35 B) 36 – 50 C) 50 a více
- 3 Máte domácí zvíře?

Pokud ANO, jaké? (prosím, u psa uveďte plemeno)

- 4 Využili byste možnost pronajmutí důstojného místa k věčnému odpočinku, pro Vaše domácí zvíře? ANO NE
- 5 Pokud jste u 4 zvolili NE, uveďte, prosím, důvod:
- 6 Pokud jste u 4 zvolili ANO, jakou částku byste byli ochotni zaplatit za pronájem takového místa za rok:

| | |
|-----------------|-----------------|
| Zvíře do 20 kg | Zvíře nad 20 kg |
| A) 100 – 200 Kč | A) 400 – 500 Kč |
| C) 200 – 300 Kč | B) 500 – 600 Kč |
- 7 Využili byste raději služeb kremace svého oblíbeného zvířete před jeho anonymním spálením v kafilérii? ANO NE
- 8 Do jaké vzdálenosti byste byli ochotni dojíždět? (číslo uveďte v km)
- 9 Jakou dopravu byste zvolili: A) osobní automobil B) jiný dopravní prostředek
- 10 Jakou úpravu hrobu byste upřednostňovali? A) náhrobní kámen B) ozdobný strom
- 11 Vadilo by vám, kdyby něco takového vzniklo ve vašem okolí? ANO NE
- 12 Pokud jste u 10 odpověděli ANO, tak uveďte, prosím, důvod:
- 13 Slyšeli jste už dříve o poskytování služeb tohoto druhu? ANO NE
- 14 Chybí, dle Vašeho názoru, tento druh služeb ve Vašem okolí? ANO NE
- 15 Jaké druhy služeb by mohl zvířecí hřbitov, podle Vás, nabízet?

Zdroj: vlastní

PŘÍLOHA P IV: ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že já

.....

bytem

.....

jsem majitelem zvířete

.....

které uhynulo dne

.....

a že toto zvíře v období minimálně 7 dní před úhynem nezranilo člověka a bylo naposledy vakcinováno proti vzteklině dne

.....

Dne

Podpis majitele

Doklady a zvíře převzal

Zdroj: [15]

PŘÍLOHA P V: ZPRÁVA O ÚHYNU ZVÍŘETE

ZPRÁVA O ÚHYNU ZVÍŘETE

Majitel:

Zvíře:

Důvod euthanasie / Pravděpodobná příčina úhynu:

Datum poslední vakcinace proti vzteklině:

Datum úhynu:

V.....

Dne.....

razítko a podpis vet.lékaře