

Založení nové firmy v oblasti výcviku loveckých psů

Bc. Veronika Ferbasová

Diplomová práce
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Veronika Ferbasová**
Osobní číslo: **M18568**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **Kombinovaná**
Téma práce: **Založení nové firmy v oblasti výcviku loveckých psů**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši týkající se tvorby podnikatelského plánu, zakládání firem, startupů apod.

II. Praktická část

- Provedte výchozí analýzy pro vytvoření podnikatelského plánu nové firmy v oblasti výcviku loveckých psů.
- Formou projektového řešení navrhnete podnikatelský plán v oblasti výcviku loveckých psů.
- Provedte ekonomické, rizikové a časové zhodnocení daného projektu.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

COLWELL, Ken. *Starting a business quickstart guide: the simplified beginner's guide to launching a successful venture, turning your vision into reality and achieving your entrepreneurial dream*. Albany, NY: ClydeBank Media, 2019, 274 s. ISBN 978-1-945051-82-1.
ČERVENÝ, Radim. *Business plán: krok za krokem*. V Praze: C.H. Beck, 2014, 211 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-511-4.
EKANEM, Ignatius. *Writing a business plan: a practical guide*. New York: Routledge, 2018, 120 s. ISBN 978-1-138-20602-1.
SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011, 194 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada, 2017, 227 s. ISBN 978-80-271-0407-9.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.**
Ústav podnikové ekonomiky

Datum zadání diplomové práce: **6. ledna 2020**
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2020**

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 6. ledna 2020

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 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 – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/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 diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/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,

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

Ve Zlíně 17. 8. 2020

Jméno a příjmení: Veronika Ferbasová

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zabývá zpracováním podnikatelského plánu na téma založení nové firmy v oblasti výcviku loveckých psů. Teoretická část práce byla zpracována pomocí literární rešerše na téma podnikatelský plán, formy podnikání v České republice, zdroje financování a byly nastíněny analytické metody. Poznatky z teoretické části práce slouží jako zdroj dat pro zpracování analytické a praktické části diplomové práce. V rámci praktické části byly uvedeny základní organizace související s loveckou kynologií. Poté byly v analytické části zpracovány SWOT a PEST analýzy i analýza konkurence a financí. Po zhodnocení analytické části byly v rámci projektové části formou dotazníkového šetření osloveni potenciální zákazníci a závěrem byl vytvořen samotný podnikatelský plán.

Klíčová slova: podnikání, živnost, podnikatelský plán, výcvik loveckých psů

ABSTRACT

The thesis aims at the elaboration of a business plan on the topic of establishing a new company in the field of hunting dog training. For the theoretical part of the work there was used literature search on the topic of business plan, forms of business in the Czech Republic, sources of financing and analytical methods were also outlined. Findings from the theoretical part of the work serves as a source of data for processing the analytical and practical part of the thesis. The practical part listed the basic organizations related to hunting cynology. Then, in the analytical part, SWOT and PEST analyzes as well as competition analysis and financial analysis were processed. After the evaluation of the analytical part, potential customers were addressed in the form of a questionnaire survey, and in the end the business plan itself was created.

Keywords: business, trade, business plan, training of hunting dogs

Tímto bych chtěla poděkovat panu doc. Ing. Petru Novákovi, Ph.D. za jeho čas, cenné rady, bezproblémovou komunikaci a odborné vedení této diplomové práce.

Největší poděkování ale patří mému manželovi, rodině a přátelům, bez jejichž pomoci a tolerance bych se při náročném studiu nedostala až do finále.

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 ZÁKLADNÍ POJMY V OBLASTI PODNIKÁNÍ	13
2 PODNIKÁNÍ FYZICKÝCH A PRÁVNICKÝCH OSOB V ČESKÉ REPUBLICE	15
2.1 PRÁVNÍ PŘEDPISY UPRAVUJÍCÍ PODNIKÁNÍ	15
2.2 ŽIVNOST NEBOLI PODNIKÁNÍ FYZICKÝCH OSOB (FO)	15
2.2.1 Živnost ohlašovací	16
2.2.2 Živnost koncesovaná	16
2.3 PODNIKÁNÍ PRÁVNICKÝCH OSOB: OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI.....	16
2.3.1 Osobní společnosti	17
2.3.2 Kapitálové společnosti	18
2.3.3 Družstva	20
3 STRUKTURA A ZÁSADY PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	21
3.1 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU.....	21
3.2 ZÁSADY PODNIKATELSKÉHO PLÁNU.....	26
4 FINANCOVÁNÍ A FINANČNÍ MANAGEMENT	28
4.1 ZDROJE FINANCOVÁNÍ.....	28
4.1.1 Vlastní kapitál	28
4.1.2 Cizí kapitál	28
4.2 ŘÍZENÍ FINANČNÍCH PROCESŮ.....	29
5 VYBRANÉ ANALÝZY	31
5.1 PEST ANALÝZA	31
5.2 SWOT ANALÝZA	32
5.3 ANALÝZA KONKURENTŮ	33
5.4 FINANČNÍ ANALÝZA	33
5.5 ANALÝZA RIZIK.....	34
5.6 ČASOVÁ ANALÝZA	35
6 LEAN CANVAS	37
7 SHRUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI	39
II PRAKTICKÁ ČÁST	40
8 KYNOLOGIE V ČESKÉ REPUBLICE	41
8.1 ZÁKLADNÍ KYNOLOGICKÉ ORGANIZACE.....	41
8.1.1 Mezinárodní kynologická federace (FCI)	41
8.1.2 Českomoravská kynologická unie (ČMKU).....	42
8.1.3 Českomoravská kynologická jednota (ČMKJ)	42
8.1.4 Český kynologický svaz (ČKS)	42
8.2 SKUPINY PLEMEN LOVECKÝCH PSŮ	42
8.3 LOVECKÁ KYNOLOGIE V ČR	43
9 ANALÝZA KONKURENTŮ	46

SHRNUTÍ KONKURENCE V ČESKÉ REPUBLICE	49
10 PEST ANALÝZA	50
10.1 POLITICKO-LEGISLATIVNÍ FAKTORY	50
10.2 EKONOMICKÉ FAKTORY (ECONOMIC)	50
10.3 SOCIOKULTURNÍ FAKTORY (SPOLEČENSKÉ A DEMOGRAFICKÉ).....	51
10.4 TECHNOLOGICKÉ FAKTORY (TECHNOLOGICAL)	52
11 SWOT ANALÝZA	53
11.1 STRENGTHS JAKO SILNÉ STRÁNKY (S)	53
11.2 WEAKNESSES JAKO SLABINY FIRMY (W).....	53
11.3 OPPORTUNITIES JAKO PŘÍLEŽITOSTI FIRMY (O)	53
11.4 THREATS JAKO HROZBY PRO FIRMU (T).....	54
12 ZHODNOCENÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI.....	55
13 PROJEKT ZALOŽENÍ FIRMY V OBLASTI VÝCVIKU LOVECKÝCH PSŮ	57
13.1 IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE NOVÉ FIRMY:	57
13.2 CÍL PROJEKTU.....	57
13.3 NAVRHOVANÉ LOGO FIRMY.....	57
13.4 PŘEDPOKLÁDANÝ VZHLED A LOKACE OBJEKTU.....	58
13.5 POTŘEBNÉ VYBAVENÍ PRO PLYNULÝ CHOD FIRMY.....	59
14 CÍLOVÉ SKUPINY ZÁKAZNÍKŮ.....	64
15 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	65
16 FINANČNÍ STRÁNKA PROJEKTU.....	76
16.1.1 Odhad výdajů na počátku podnikání.....	76
16.1.2 Financování	77
16.1.3 Stanovení ceny	77
16.1.4 Plánovaný počet klientů a plán příjmů.....	78
16.1.5 Plánované výdaje	80
16.1.6 Daňová evidence, výdajový paušál a výpočet daně	82
17 LEAN CANVAS NOVÉ FIRMY	87
18 ČASOVÁ A RIZIKOVÁ ANALÝZA PROJEKTU	89
19 RIZIKOVÉ, EKONOMICKÉ A ČASOVÉ ZHODNOCENÍ PROJEKTU	92
20 SHRNU TÍ PROJEKTOVÉ ČÁSTI.....	94
ZÁVĚR	95
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	96
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	101
SEZNAM OBRÁZKŮ	102
SEZNAM TABULEK.....	103
SEZNAM GRAFŮ	105
SEZNAM PŘÍLOH.....	106

ÚVOD

Výcvik loveckých plemen psů je specifickým odvětvím v sektoru služeb. Lov zvěře byl ve středověku i novověku velmi oblíbený zejména u aristokracie a často se provozovaly lovy na koních s pomocí velké smečky loveckých psů. Tyto jízdy byly určeny jen pro vybranou společnost, a proto se velmi často pytláčilo. Právo myslivosti měl v historii jen jistý počet poddaných a nikdo jiný legálně nemohl lovit. S postupem času se myslivost stala vášní a koníčkem zejména pro muže, kdy většina myslivců využívala lovecké psy jako součást lovu. V dnešní době se myslivost řídí zákony a není neobvyklé, že jsou myslivci i ženy. Myslivost se stává velmi oblíbenou u mladších generací a postupně se věkový průměr snižuje. Většina myslivců se řídí heslem „myslivec bez psa je poloviční myslivec“, a proto se počet lovecky upotřebitelných psů v České republice udržuje v posledních letech kolem hranice 30 000 psů. Loveckého psa nevlastní pouze myslivci, ale také občané, kteří lovecký lístek nevlastní (nejsou myslivci a nemohou legálně lovit), nicméně se svým psem zkoušky lovecké upotřebitelnosti absolvují, ať už kvůli tomu že psa práce baví, nebo proto, aby svého psa mohli uchovnit a zkoušky jsou pro dané plemeno povinností.

Tato diplomová práce je rozdělená na dvě základní části – teoretickou a praktickou, kdy praktická část je dále rozdělena na analytickou a projektovou část. Teoretická část zpracovaná ve formě literární rešerše definuje formy podnikání fyzických a právnických osob v České republice, strukturu a zásady podnikatelského plánu, analýzu SWOT i PEST analýzu a finanční analýzu. Teoretická část je zakončena business modelem Lean Canvas, který je na rozdíl od podnikatelského plánu zpracován pouze na jednu stranu a podtrhuje nejdůležitější informace o nově vznikající firmě. Cílem této práce je vypracování podnikatelského plánu, který bude realizovatelný v praxi.

V analytickém oddílu praktické části jsou vypracovány SWOT a PEST analýzy pro nově vznikající firmu, analyzován je také trh a konkurence v odvětví. Analyzovat konkurenci je v tomto odvětví velmi obtížné, jelikož se výcviku loveckých psů může na základě ohlašovací živnosti věnovat kdokoli a není dohledatelný přesný počet podnikatelských subjektů, nicméně jsou zde popsány některé podnikatelské subjekty dohledatelné na internetu.

V projektové části jsou nejprve uvedeny základní informace o nové firmě a cíl podniku, předpokládaný vzhled a lokace objektu. Jsou zde vyobrazeny nezbytné pomůcky (vodítka, dummy, GPS obojek aj.), které zajistí dobrý průběh výcvikových lekcí a bez nichž by lovecký výcvik nemohl proběhnout. Pro zjištění zájmu potenciálních zákazníků bylo

vypracováno dotazníkové šetření, které bylo následně vyhodnoceno. V projektové části práce jsou dále popsány cílové skupiny zákazníků a finanční stránka projektu zpracovaná ve 3 variantách: neutrální, optimistická a pesimistická. Pro lepší přehlednost je daň vypočítána jak variantou daňové evidence, tak i pomocí výdajového paušálu. V projektové části práce je časová analýza pro zjištění časové náročnosti projektu, která zobrazuje jednotlivé činnosti a jejich časový sled a riziková analýza, kde jsou popsány jednotlivá rizika, která firmu mohou potkat a návrh pro jejich eliminaci. Poslední část se zaměřuje na Lean Canvas, který ve své podstatě může nahradit podnikatelský plán začínající firmy a je zpracován pouze na jednu stranu obsahující nejdůležitější informace, nicméně pro některé instituce (banka, investoři aj.) toto zpracování nemusí být dostatečné.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem této diplomové práce je vytvoření podnikatelského plánu pro založení nové firmy v oblasti výcviku loveckých psů. Tento podnikatelský plán má být reálně uplatnitelný v dnešní společnosti, životaschopný a výdělečný, nicméně vysoký zisk není na počátku podnikání hlavní prioritou, jelikož toto podnikání nebude hlavním zdrojem obživy. Práce může sloužit jako vzor pro podnikatele, kteří uvažují o podobném typu podnikání a nevědí, jak začít a co je vše potřeba promyslet.

Teoretická část diplomové práce, zpracovaná ve formě literární rešerše českých i zahraničních zdrojů se nejprve zabývá a popisuje formy podnikání v České republice, které se řídí platnou legislativou ČR. Další popisovanou problematikou jsou náležitosti a postup zakládání firmy, základní části podnikatelského plánu a jeho zásady. Cílem podnikání je zejména uspokojit poptávku po výcviku loveckých plemen psů a vykazování zisku.

V analytickém oddílu praktické části jsou využity základní analýzy SWOT a PEST. V práci jsou uvedeni někteří konkurenti z České republiky, které je možné vyhledat na internetu. Přesné počty konkurentů není možné statisticky vyhodnotit vzhledem k tomu, že pro výcvik loveckých psů není vyčleněna samostatná činnost živnosti volné, tudíž do stejné kategorie spadají i jiné činnosti, které s výcvikem psů nesouvisí. Analytická část je uzavřena kapitolou „Zhodnocení analytické části“, která slouží jako základní podklad pro projekt založení nové firmy v oblasti výcviku loveckých psů.

Projektová část se skládá z představení projektu a základních informací o nově zakládané firmě. Součástí projektové části je analýza poptávky po výcviku loveckých psů pomocí dotazníkového šetření. Projekt obsahuje také kapitolu věnovanou výdajům nově vznikající firmy na pořízení potřebného vybavení a reklamních záležitostí. Finanční plán je zpracován ve 3 variantách: neutrální, pesimistická a optimistická varianta od roku 2021 do roku 2023, daň je vypočítána pro variantu daňové evidence i variantu využití výdajového paušálu. Dále je vypracován business model Lean Canvas, který zobrazuje nejdůležitější informace o podniku a je rozložen pouze na jednu stranu. Riziková a časová analýza zaujímá poslední část projektu a celá projektová část je následně uzavřena kapitolou „Rizikové, ekonomické a časové zhodnocení projektu“, kde autorka hodnotí, zda lze projekt reálně uskutečnit a jaké případné komplikace mohou nastat. Sepsáním všech těchto zamýšlených částí v diplomové práci je cíle dosaženo.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ZÁKLADNÍ POJMY V OBLASTI PODNIKÁNÍ

Podle Kunštátové a kol. (2019, s. 55) je **podnikatel** osoba, která je zapsána v obchodním rejstříku a má k podnikání živnostenské oprávnění, nebo oprávnění dle jiného zákona. Je to osoba, která na vlastní odpovědnost vykonává výdělečnou činnost za účelem dosažení zisku a to soustavně, nikoliv příležitostně.

Podnik

Dvořáček a Slunčík (2012, s. 1) ve své knize uvádí, že podnik je jakýkoliv subjekt, který vykonává podnikatelskou činnost, při níž na trhu nabízí své služby či zboží. Podnik ve své podstatě nemusí dosahovat zisku, ale důležitou činností je to, že své služby a zboží nabízí potenciálním zákazníkům. Velikost podniku se dá definovat například podle Eurostatu, České správy sociálního zabezpečení a dle sektoru malého a středního podnikání.

Velikostní rozdělení podniku podle sektoru malého a středního podnikání (MSP)

- Mikrofirma: již z názvu lze odvodit, že se jedná o opravdu malý podnik, kde počet zaměstnanců nepřesáhne číslo 9 a roční bilanční suma nebo obrat nepřesáhne 2 miliony EUR,
- malá firma: počet zaměstnanců v malé firmě je od 10 do 49 a roční bilanční suma nebo roční obrat nepřesáhne 10 milionů EUR,
- střední firma: počet zaměstnanců se ve střední firmě pohybuje od 50 do 249, roční obrat nepřesáhne 50 milionů EUR a zároveň majetek (aktiva) nepřesáhne hranici 43 milionů EUR. (eagri.cz, 2017)

Česká správa sociálního zabezpečení rozděluje velikost podniku takto:

- *Malá organizace: počet zaměstnanců nepřesáhne 25 pracovníků,*
- *velká organizace: počet pracovníků je více než 25. (Mulačová a Mulač, 2013, s. 48)*

Eurostat dělí velikost podniku takto:

- Malý podnik: počet zaměstnanců s maximální hranicí 20 lidí,
- Střední podnik: zaměstnává maximálně 100 pracovníků. (Mulačová a Mulač, 2013, s. 48)

Okolí podniku

Váchal, Vochozka a kol. (2013, s. 85) tvrdí, že každý podnik je nutno vnímat jako organismus závislý na svém okolí, jelikož pokud by neexistovalo okolí podniku, neexistoval by ani samotný podnik, protože potřebuje zákazníky, odběratele, dodavatele atd.

Součástí každého podniku jsou faktory, které jej určitým způsobem ovlivňují. Na každý podnik působí například podnikové okolí, které lze rozdělit na dva základní pojmy – vnější a vnitřní okolí, které se své publikaci popisují Dvořáček a Slunčík (2012, s. 3):

Vnější okolí:

- Makrookolí: kde v makrookolí jsou faktory působící na podnik, ale podnik sám je nemůže nijak ovlivnit,
- mikrookolí: zahrnuje faktory, které na podnik mohou mít nějaký vliv.

Vnitřní okolí:

- Organizační strukturu,
- zdroje,
- hlavní cíle podniku,
- pracovníky a jejich pracovní podmínky.

2 PODNIKÁNÍ FYZICKÝCH A PRÁVNICKÝCH OSOB V ČESKÉ REPUBLICĚ

V této kapitole diplomové práce jsou vysvětleny základní informace o podnikání fyzických a právnických osob v České republice a jejich právní úprava dle platné legislativy. Každý způsob podnikání má své specifické náležitosti, které je nutno dodržet.

2.1 Právní předpisy upravující podnikání

Pokud chce občan České republiky na území České republiky podnikat, je povinen vycházet ze základních právních předpisů, které upravují a definují podnikání v České republice.

Základními legislativními předpisy jsou:

- Zákon 90/2012 Sb., zákon o obchodních korporacích,
- ústavní zákon - Listina základních práv a svobod,
- živnostenský zákon,
- občanský zákoník,
- 114/1992 Sb., Zákon o ochraně přírody a krajiny,
- 166/1999 Sb., Veterinární zákon.

2.2 Živnost neboli podnikání fyzických osob (FO)

Ve své publikaci Novotný (2014, s. 40-46) definuje, že **fyzickou osobou (FO)** je podle občanského zákoníku označován člověk, který je od narození až do smrti způsobilý mít svá práva a povinnosti.

Živnostenský zákon říká, že: „*Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“ (Kunštátová, 2019, s. 40)

Všeobecné podmínky pro získání živnostenského oprávnění podle Lipovské (2017, s. 1182-1192):

- Zaplacení správního poplatku,
- plnoletost *,
- bezúhonnost v souvislosti s podnikáním,
- bezdlužnost na sociálním a zdravotním pojištění,
- u finančního úřadu nemá žadatel nedoplatek,

- právní způsobilost žadatele.
*Nově podle občanského zákoníku lze podnikat od 16 let, pokud k tomu dá souhlas zákonný zástupce, který posoudí, zda tato činnost odpovídá schopnostem nezletilého, přičemž soud tuto žádost musí schválit. (Šafrová Drášilová, 2019, s. 40)

Po splnění všeobecných podmínek se musí žadatel rozhodnout a zjistit, do které kategorie živnost, kterou chce provozovat spadá, jelikož existuje více typů. Základní dělení živností je na živnost ohlašovací a koncesovanou. Živnost ohlašovací se dále dělí do tří různých kategorií: volnou, řemeslnou a vázanou.

2.2.1 Živnost ohlašovací

Lipovská (2017, s. 1186-1192) ve své publikaci uvádí, že po splnění všech všeobecných podmínek potřebných pro ohlašovací živnost a nahlášení nové živnosti na živnostenském úřadě může podnikatel ihned svou podnikatelskou činnost zahájit.

Živnost ohlašovací se dělí na:

- Živnost volnou: pro provozování volné živnosti není zapotřebí speciální vzdělání, stačí pouze podat žádost, které bude vyhověno.
- Živnost řemeslnou: mohou provozovat pouze osoby, které mají potřebné vzdělání a tím pádem potřebou odbornou způsobilost. Do řemeslné živnosti patří například kadeřnictví, hostinství atd.
- Živnost vázanou: nutnost splnit podmínky odborné způsobilosti dané zákonem (např. provozování autoškoly).

2.2.2 Živnost koncesovaná

Synek a Kislíngrová (2015, s. 76) ve své publikaci Podniková ekonomika uvádí, že koncesovaná živnost je provozována pouze po přidělení státního povolení neboli koncese. Podnikatelská činnost při koncesované živnosti může být zahájena až dnem obdržení rozhodnutí o povolení příslušné koncesované živnosti, nikoliv dnem žádání o koncesi. Mezi koncesovanou živnost řadíme například provozování pohřební služby nebo provozování cestovních kanceláří.

2.3 Podnikání právnických osob: Obchodní společnosti

Za **právnickou osobu (PO)** je podle nového občanského zákoníku považován organizovaný útvar, který má zákonem přiznanou právní osobnost. V občanském zákoníku lze nalézt

ustanovení, která upravují vznik, fungování, existenci, zánik či zrušení právnické osoby. Stát je považován za právnickou osobu v oblasti soukromého práva, stejně jako obchodní společnosti a družstva. Nový občanský zákoník rozděluje tři typy PO: korporace, ústavy a fundace.

- *Korporace* jsou spolky, obchodní společnosti a družstva podléhající zákonu o obchodních korporacích.
- *Ústav* je zřízen za účelem hospodářsky nebo společensky užitečné činnosti při využití majetkové a osobní složky.
- *Fundace* je PO, která je vytvořena majetkem speciálně vyčleněným k danému účelu. Jsou zde zahrnuty fondy a nadace. (Novotný, 2014, s. 228-232)

Štenglová, Dědič a Tomsa (2019, s. 171-175) tvrdí: obchodní korporace se v České republice dělí na obchodní společnosti a družstva. Obchodní společnosti se dále dělí na dvě základní kategorie: osobní společnosti a kapitálové společnosti.

2.3.1 Osobní společnosti

Do osobních společností se řadí komanditní společnost a veřejná obchodní společnost. V osobních společnostech je hlavním znakem to, že společníci jsou velice úzce spjati s firmou a všichni společníci se podílí na činnosti společnosti. V osobních společnostech není povinnost vytvářet základní kapitál, nicméně všichni společníci za dluhy společnosti ručí neomezeně a nerozdílně. Podíly v osobních společnostech nelze převést na jiného společníka. (Štenglová, Dědič a Tomsa, 2019, s. 171-175)

Veřejná obchodní společnost (v. o. s.)

Dle zákona 90/2012Sb, o obchodních korporacích je veřejná obchodní společnost společností nejméně dvou osob, kdy se obě osoby podílí na podnikání a správě majetku firmy společně. V případě, že se firma dostane do dluhů ručí obě zainteresované osoby nerozdílně. Při založení v. o. s. se sepisuje společenská smlouva a pokud není stanoveno jinak, podíly společníků jsou stejné. Veřejná obchodní společnost nemá povinnost do společnosti vložit vklad a není povinna ani vytvořit minimální základní kapitál, ale společníci se mohou domluvit prostřednictvím společenské smlouvy na vlastních podmínkách. Statutárním orgánem veřejné obchodní společnosti jsou společníci, kteří jsou svéprávní a nemají žádnou překážku provozování živnosti. Nejvyšší orgán je novým orgánem veřejné obchodní společnosti sestavený ze všech společníků. U veřejné obchodní společnosti platí zákaz konkurence,

a společníci nesmí bez souhlasu ostatních podnikat ve stejném oboru. (Zákon o obchodních korporacích s komentářem, 2014)

Komanditní společnost

Zákon o obchodních korporacích 90/2012 Sb. v §118- §128 říká, že v komanditní společnosti musí být alespoň dva společníci, kdy jeden z nich ručí za dluhy společnosti celým svým majetkem (komplementář) a druhý z nich ručí za dluhy společnosti pouze do výše svého vkladu (komanditista). Výše vkladu je uvedena ve společenské smlouvě, ale minimální částka je 5 000 Kč a podíly ve firmě jsou určeny podle výše vkladů komanditistů. Statutárním orgánem komanditní společnosti je komplementář a platí pro něj konkurenční zákaz.

Komanditní společnost musí nést označení k. s. nebo Kom. Spol a při založení komanditní společnosti je povinností sepsání společenské smlouvy, která definuje výši vkladů komanditistů a určení, kdo je komanditista a kdo komplementář. (Zákon o obchodních korporacích s komentářem, 2014)

2.3.2 Kapitálové společnosti

Do kapitálových společností se řadí společnost s ručením omezeným a akciová společnost. Rozdílem oproti osobním společnostem je to, že u kapitálových společností mohou být podíly převedeny, společnost vytváří základní kapitál povinně a za dluhy společnosti společníci neručí. (Štenglová, Dědič a Tomsa, 2019, s. 171-175)

Akciová společnost

Josková, Pravda (2014, s. 110-154) uvádí, že akciová společnost je jednou z kapitálových společností, která je zapsána do obchodního rejstříku. Akciová společnost je zakládána za účelem podnikání a je právnickou osobou. Akciovou společnost může založit i jediná osoba (zakladatelskou listinou), nebo více osob (zakladatelskou smlouvou). Odpovědným zástupcem akciové společnosti se stává člen představenstva, který splňuje podmínky podle živnostenského zákona. Pokud se takový člen v podniku nenachází, může akciová společnost stanovit jiného zástupce. V případě, že je předmětem podnikání akciové společnosti více druhů činností s nutností živnostenského oprávnění, každá živnostenská činnost musí mít ustanoveného odpovědného zástupce. Základní kapitál je zákonem stanoven na 2 000 000 Kč, což je nevýhoda akciové společnosti, výhodou je, že akcionáři ničím neručí. Akciová společnost si jako novinku může zvolit dualistický, nebo monistický systém struktury společnosti.

Orgány při dualistickém systému jsou:

- Valná hromada,
- představenstvo,
- dozorčí rada.

Orgány při monistickém systému jsou:

- Valná hromada,
- správní rada,
- statutární ředitel. (Josková a Pravda, 2014, s. 110-154)

Společnost s ručením omezením

Jednou z nejvíce zakládaných kapitálových společností v České republice je společnost s ručením omezeným, kdy již z názvu vyplývá, že ručení společnosti za své závazky je v určitém ohledu omezeno. Společnost s ručením omezeným ručí za své závazky pouze celým svým majetkem, a to znamená, že osobní majetek společníků není v případě komplikací v podnikání ohrožen. Minimální základní kapitál je stanoven na 1 Kč (min. vklad jednoho zakladatele), kdy v minulosti tato částka byla 200 000 Kč. Další charakteristika společnosti je to, že v názvu společnosti musí být uvedeno, že se jedná o společnost s ručením omezeným, a to zkratkou, popřípadě označením: "společnost s ručením omezeným". Tento typ společnosti je vhodný zejména pro malé a střední podniky. Na rozdíl od např. akciové společnosti je také výhodou, že všichni společníci jsou známí a jakákoliv změna se musí projevit ve společenské smlouvě i obchodním rejstříku. (Josková, Pravdová a Dvořáková, 2018, s. 9-10, 21,28)

Všechny základní informace (společníci, výše vkladů, adresa sídla, jednatele, IČO atd.) o společnosti s ručením omezeným jsou veřejně dostupné na internetu například na webové stránce justice.cz.

Pro založení společnosti s ručením omezeným je nutno sepsat společenskou smlouvu, která musí mít formu notářského zápisu. Jako každý dokument musí mít společenská smlouva určitý obsah, a tyto náležitosti jsou upraveny zákonem č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech. Pokud má společnost jen jednoho zakladatele, sepíše se zakladatelská listina. (Zákon o obchodních korporacích s komentářem, 2014)

Náležitosti společenské smlouvy podle Dvořákové, Joskové a Pravdové (2018, s. 164-192):

- Firma,
- sídlo,
- předmět činnosti (podnikání),
- údaje o společnících,
- druhy podílů,
- vklad a jeho výše,
- základní kapitál a jeho výše,
- určení jednatele/jednatelů,
- určení správce vkladů,
- údaje o nepeněžním vkladu (pokud existuje).

2.3.3 Družstva

Synek a Kislingerová (2015, s. 81) definují družstvo jako organizaci, která je provozovaná a vlastněná společností osob, kdy cílem není vytvoření zisku, ale poskytnout užitek členům družstva. V České republice musí mít družstvo alespoň 5 členů (není podmínkou, pokud jsou členy minimálně dvě PO) a členové mohou být přijímáni i po vzniku. Družstvo je označováno za právnickou osobu, kdy ručí za závazky celým majetkem.

Orgány družstva jsou:

- Členská schůze,
- představenstvo (statut. orgán),
- kontrolní komise.

3 STRUKTURA A ZÁSADY PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Srpová (2011, s. 14) ve své knize uvádí: pokud chce někdo začít podnikat a má vymyšlen realizovatelný nápad, je vhodné, aby podstatu svého budoucího podnikání sepsal do podnikatelského plánu, který obsahuje všechny podstatné skutečnosti a důležité informace o podniku a jeho budoucího vývoje. Podnikatelský plán má danou určitou strukturu, která by se měla při sestavení dodržovat, aby měl dokument co nejlepší informační charakter, jak pro samotného podnikatele, tak pro budoucí zákazníky a investory. Tato struktura je nicméně jen doporučena, nemá žádnou závaznou podobu, jelikož každá banka či investor má své požadavky na obsah. Dokument, který se předkládá bance při žádosti o úvěr, může být daleko obsáhlejší než dokument, který se předkládá jiným potenciálním investorům. Zatímco banka může po podnikateli požadovat navíc nějaké dokumenty, investoři mohou požadovat shrnutí podnikatelského plánu v podobě prezentace, která vystihne nejdůležitější informace a ušetří oběma stranám čas. Pokud prezentace podnikatelského plánu investora zaujme, může poté chtít více informací a papírovou dokumentaci, pokud ne, nemusí číst zbytečně spoustu stránek dokumentu.

Podstata podnikatelského plánu jde vystihnout následující definicí: „*Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů.*“ (Srpová, 2011, s. 14)

3.1 Struktura podnikatelského plánu

Veber a Srpová (2012, s. 98) uvádí, že na velikosti firmy a účelu použití podnikatelského plánu závisí jeho propracovanost, rozsah a struktura. V zásadě také záleží na tom, zda bude podnikatelský plán určen pro interní účely, nebo účely externí. Jak již bylo napsáno, podnikatelský plán nemá žádnou danou formu, nicméně se v zásadě dodržuje podobná struktura:

Struktura podle Srpové (2011, s. 14-15):

- Úvodní strana, titulní list,
- obsah,
- shrnutí,
- úvod,
- obchodní strategie a popis podnikatelské příležitosti,

- analýza konkurence,
- marketing
- finanční plán,
- lidské zdroje,
- analýza rizik projektu a předpokládaná úspěšnost,
- závěry,
- přílohy.

Svobodová a Andera (2017, s. 71-72) ve své publikaci rozděluje strukturu podnikatelského plánu takto:

- Shrnutí,
- charakteristika produktu a vlastníka,
- analýza trhu a zákazníků,
- analýza konkurence,
- analýza dodavatelů,
- personální zabezpečení,
- marketing,
- finanční plán,
- analýza rizik,
- vyhodnocení projektu,
- přílohy.

Jak je z předchozího porovnání patrné, struktura podnikatelského plánu se podle Srpové a Svobodové liší z hlediska uspořádání, nicméně ve své podstatě jsou obsahově velmi podobné. Není dána přesná a závazná podoba, a proto si každý podnikatel strukturu přizpůsobí podle svého uvážení, obsah podnikatelského plánu převažuje nad uspořádáním jednotlivých částí.

Popis částí podnikatelského plánu podle struktury Svobodové a Andery (2017, s. 71-72):

Shrnutí (Executive Summary)

Ekanem (2017, s. 15) popisuje, že první hlavní částí podnikatelského plánu je jeho shrnutí, které se nalezne na začátku dokumentu, byť se sepíše až na závěr podnikatelského plánu. Shrnutí obsahuje nejdůležitější body plánu, jeho účel a cíle. Měl by se zde objevit také přehled marketingu, financí a organizačních plánů firmy. Tvůrce podnikatelského plánu musí

mít na paměti, že existují lidé, kteří podnikatelský plán nebudou číst celý, ale zaměří se jen na jeho shrnutí, proto musí být shrnutí co nejlépe připraveno a musí mít co nejlepší informační hodnotu.

Charakteristika produktu a vlastníka

V této části podnikatelského plánu se mohou objevit základní informace o vlastníkovi firmy, popřípadě informace o autorovi podnikatelského plánu. Dále je zde uveden základní popis a představení služby nebo produktu, který musí být sepsán pečlivě a zjednodušeně, pro jednoduché pochopení podstaty. Je vhodné připojit schéma a obrázky pro lepší vizuální představení produktu. (Svobodová, 2017, s. 76-77)

Analýza trhu a zákazníků

Ken Colwell (2019, s. 211-216) uvádí, že analýzou trhu rozumíme průzkum lidí, jakožto potenciálních zákazníků, kteří si zakoupí produkt, který podnik nabízí. Firma musí mít na paměti, že pokud chce být úspěšná, musí vždy řešit problémy pro své zákazníky, i když si zákazník problému ještě není vědom, tzn., že produkt, nebo služba, kterou firma poskytuje by měla řešit problém zákazníka a zákazník by si měl tento produkt nebo službu zakoupit pro uspokojení a vyřešení problému.

Analýzou zákazníků by si měla firma dle Colwella uvědomit a vyřešit otázky typu:

- Kdo jsou potenciální zákazníci?
- Proč je Vaše nabídka zaujme?
- Které skupiny nových zákazníků jsou doposud ignorovány a proč nejsou jejich potřeby uspokojeny?

Analýza konkurence

Podle Colwella (2019, s. 99) se trh skládá z potenciálních zákazníků, kteří budou kupovat naši službu nebo výrobek. Odvětví, ve kterém chcete prodávat náš výrobek, nebo službu se skládá z dalších firem, se kterými soutěžíte. Za všech okolností na vašem trhu existují konkurenti a nezáleží na tom, s jakým výrobkem nebo službou na trh přicházíte.

Otázky, které by měly být položeny:

- Kdo jsou Vaši konkurenti?
- Kdo na trhu nabízí podobnou službu nebo výrobek?
- Kdo na trhu má podobný business model?

Analýza dodavatelů

Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský (2014, s. 89-90) uvádí, že se jedná o posuzování vztahů konkrétního dodavatele s firmou a nalezení příležitostí při jejich spolupráci. Základními dodavateli jsou například dodavatelé energií, služeb, surovin, ale mohou se zde řadit i dodavatelé pracovní síly, kapitálu atd. V analýze by měli být uvedeni nejvýznamnější dodavatelé, kdy významnost při vyšším počtu dodavatelů lze posoudit například metodou ABC.

Personální zabezpečení

Kožená a Šenec (2019, s. 94-98) popisují personalistiku a personální management jako proces v podniku řešící rozvoj a řízení zaměstnanců. Z důvodu maximalizace produktivity práce je řízení zaměstnanců a rozhodování o náplni práce, rozdělení pravomocí a povinností zaměstnancům velmi důležitý úkol, jelikož autonomie u zaměstnanců s vysokou potřebou osobního růstu přináší pozitivní výsledky a vyšší kreativitu.

Motivační platové ohodnocení a dobře zaškolený zaměstnanec je důležitou součástí podniku a pro dosažení podnikové strategie je nutné mít optimální strukturu zaměstnanců v potřebné kvalitě i kvantitě. Obsahuje detailnější popis týmu.

Svobodová (2017, s. 91-92) píše, že klíčový faktor úspěchu firmy pro řadu investorů je právě personální zabezpečení. Při hledání spolupracovníků by se firma měla zaměřit na lidi, kteří mají stejné cíle a myšlení jako firma, nejen na to, že má uchazeč o práci nejlepší životopis. Spolupracující tým, který se vhodně doplňuje a podporuje je základem úspěchu firmy. Prvním krokem při sestavení týmu je nutné vymezit jednotlivé role spolupracovníků v závislosti na znalostech, zkušenostech, kompetencích a sociálních dovednostech.

Personální zabezpečení firmy specifikuje celkové personální náklady, případnou organizační strukturu (je-li potřeba), formu pracovní smlouvy, počet pracovníků, jednotlivé mzdové ohodnocení daných pracovních pozic a popis pracovních pozic vč. potřebných kvalifikací.

Podle Váchala a Vochozky (2013, s. 283) může být řízení lidských zdrojů definováno jako průběh dosažení cílů podniku pomocí optimálního využití lidského potenciálu. Rozvoj lidského potenciálu je velice důležitou klíčovou úlohou manažerů, protože pokud se zaměstnanci ztotožňují s vizí podniku, na výsledcích zaměstnanců je to znát.

Marketing

Marketing je jeden z klíčových věcí, který nám může zajistit úspěch firmy. Díky dobře zvládnutému marketingu může firma přesvědčit investory, banky a budoucí klienty o úspěchu daného projektu a tím si zajistit budoucí klientelu, nebo investice do firmy.

Srpová (2011, s. 22-23) ve své knize uvádí, že marketing řeší:

1. Cílový trh

Marketing s ohledem na cílový trh řeší například na jakou skupinu zákazníků se má firma zaměřit. Pro lepší cílenost na zákazníky je vhodné celkový trh jistým způsobem segmentovat, jelikož celkový trh je tvořen obrovským počtem zákazníků a každý má jiné potřeby a priority. Segmentováním celkového trhu získáme trh cílový. Základní segmentace je demografická, geografická, socioekonomická atd. Jakmile firma vybere segment, který je vhodný pro danou službu, nebo produkt, zaměří se na pokrytí trhu svou nabídkou.

2. Tržní pozici a její určení:

Určení tržní pozice je snaha firmy své produkty odlišit od konkurence a díky této specifikaci se dostat do podvědomí potencionálních zákazníků. Čím více bude produkt nebo služba v něčem unikátní, tím více si zákazník tuto nabídku zapamatuje. Pokud bude služba nebo výrobek stejný jako konkurenční, zákazníkovi bude v podstatě jedno, jestli jej koupí u nově nabízející firmy, nebo u konkurence.

3. Rozhodnutí o marketingovém mixu:

Posledním základním bodem, který marketing řeší je marketingový mix, který využívá údaje získané v předchozích dvou krocích. Pomocí čtyř nástrojů (tzn. 4P) v nejznámějším marketingovém mixu firma řeší: product, price, place, promotion.

Dotazník

Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 199-200) uvádí, že dotazník může být vytvořen jak ve formě elektronické, tak i písemné. Jedná se o formuláře, které obsahují určitý počet otázek, na které respondenti mají odpovědět. Dotazník se dá považovat za řízený rozhovor ve psané formě, oproti rozhovoru je dotazník časově nenáročný a umožňuje získat za krátkou dobu velké množství odpovědí. V současné době je velmi oblíbený elektronický dotazník, který se dá distribuovat například na sociálních sítích.

Kozel, Mynářová a Svobodová (2011, s. 213-215) uvádí, že dotazník má 3 druhy otázek:

- *Otázky uzavřené* jsou definovány tím, že mají předem navržené odpovědi a respondent si musí jednu z odpovědí vybrat.
- *Otevřené otázky*, jsou otázky, které nemají žádnou nabídku odpovědí a respondent musí odpovídat podle svého. Z hlediska vyhodnocení je tento typ odpovědí těžší analyzovat, jelikož se musí projít každá zaznamenaná odpověď a snížit varianty odpovědí podle podobnosti na nižší úroveň.
- *Polouzavřené otázky* mají navržené varianty odpovědí, ale je zde možnost pro respondenta odpověď doplnit o vlastní text.

Finanční plán

Svobodová a Andera (2017, s. 95) uvádí, že plán financí napomáhá převést samotný nápad do čísel a tím se dá zjistit, jestli je daný nápad vhodné realizovat.

Analýza rizik

Svobodová a Andera (2017, s. 101) v knize uvádí, že před realizováním projektu je vhodné vypracovat přehled rizik, které mohou nastat, uvést pravděpodobnost a příklad pro eliminování tohoto rizika. Za vhodné se považuje uvést tyto skutečnosti do přehledné tabulky.

Vyhodnocení projektu

Vyhodnocení projektu by mělo čtenáři dát přehled o tom, jaký byl cíl projektu a jestli bylo v práci tohoto cíle dosaženo. Mělo by zde být také základní shrnutí a popis získaných informací.

Přílohy

Šafrová Drášilová (2019, s. 60) ve své publikaci uvádí, že do přílohy podnikatelského plánu se zařazují náklady, velké tabulky, mapy, smlouvy a další doplňující dokumenty, které jsou obsahově rozsáhlé. Pokud se v podnikatelském plánu objeví příloha, musí být o příloze zmínka v samotném textu, jinak je přidání přílohy do dokumentu nesmyslné.

3.2 Zásady podnikatelského plánu

Veber a Srpová (2012, s. 96-97) tvrdí, že by měly být dodrženy obecné zásady při zpracování podnikatelského plánu. Tyto zásady mají podnikateli pomoci, nikoli ho omezit v jeho myšlenkách a nápadech.

Podnikatelský plán má být:

- **Logický:** informace uvedené v podnikatelském plánu musí být podloženy fakty, uvedená tvrzení si nesmí odporovat a text musí být logicky provázaný. Vhodné je také zobrazit časový harmonogram například graficky.
- **Srozumitelný:** Plán by měl být sepsán jednoduše, vhodné je pro přehlednost vytvářet tabulky při číselných údajích a porovnávání.
- **Reálný a pravdivý:** Reálnost a pravdivost uvedených informací by měla být samozřejmostí.
- **Má respektovat rizika:** v podnikatelském plánu se uvádějí předpoklady do budoucna, proto je vhodné vytvořit analýzu rizik a po vyhodnocení zjištěné informace respektovat.
- **Stručný:** v závěrech a shrnutích podnikatelského plánu musejí být uvedeny základní informace a zjištění stručně, nicméně věcně, tzn. že podnikatel nemůže být stručný v případě, že by nebyly uvedeny základní informace. (Veber a Srpová, 2012, s. 96-97)

4 FINANCOVÁNÍ A FINANČNÍ MANAGEMENT

Neexistuje snad podnik, který by při své podnikatelské činnosti nechtěl mít zisk. Proto, aby firma vykazovala zisk, je důležité mít dobře promyšlenou finanční strategii a je důležité neustále reagovat na vzniklé situace. Začínající firma v prvním kroku musí promyslet všechny varianty toho, jak bude chod a nákup potřebného vybavení financovat, a teprve později se může zabírat otázkami, jak se bude s případným ziskem manipulovat.

4.1 Zdroje financování

Zdroje financování mohou být získávány dvěma způsoby, buď společnost má dostatečné finance a podnikání je financováno vlastním kapitálem, nebo finance nemá, a je potřeba se poohlédnout po cizích zdrojích.

4.1.1 Vlastní kapitál

Scholleová (2017, s. 13-14) uvádí, na začátku podnikání je vlastní kapitál vložen vlastníkem a postupem času se případným ziskem navyšuje, pokud není vlastníkem použit k jiným účelům.

- **Základní kapitál** je tvořen nepeněžními a peněžními vklady společníků do společnosti. V některých kapitálových společnostech je základní kapitál povinností, a při zaspání do obchodního rejstříku se tato suma uvádí. V případě akciové společnosti základní kapitál vzniká vydáním akcií. Snížení vlastního kapitálu je možné provést pouze do výše základního kapitálu a jeho zvýšení může být například důsledkem vstupu nového společníka do společnosti, nebo zvýšením hodnoty akcií.
- **Fondy ze zisku** jsou tvořeny interně. Jejich součástí je například zákonem předepsaný rezervní fond.
- **Nerozdělený zisk** může být tvořen i nepeněžními prostředky a je přidělován rezervním fondům. Jedná se zisk (jeho část) po odvodu daní, který je určen pro další podnikání a není rozdělen společníkům.

4.1.2 Cizí kapitál

Synek a Kislingerová (2015, s. 136-138) definují cizí kapitál jako dluh (závazek) podniku, který musí být do určitého data splacen. Podle časového rozmezí je rozdělen na krátkodobý (se splatností do 1 roku), nebo dlouhodobý (se splatností delší než 1 rok). Při vysokém podílu

cizího kapitálu roste riziko bankrotu a management musí své rozhodování přizpůsobit zejména věřitelům. Díky zvyšování zadluženosti podniku je způsobena finanční nestabilita.

Cizí kapitál se dělí podle Synka (2011, s. 58) na:

- Krátkodobé závazky mohou být úvěry u banky, daně, nevyplacené mzdy atd.
- Dlouhodobé závazky jsou například úvěry u banky s dobou splacení delší než 1 rok.
- Rezervy.

4.2 Řízení finančních procesů

Řízení finančních procesů pomocí finančního managementu zahrnuje několik propojených činností, jako je například finanční plánování, finanční rozhodování, finanční procesy a jejich organizování, posledním krokem je samotná analýza a kontrola.

Finanční plánování

Finanční plánování v kratším časovém horizontu sleduje likviditu a platební schopnost firmy. V dlouhodobějším horizontu řeší způsoby získávání kapitálu a jeho celkovou potřebu.

Finanční plánování se zabývá finančními cíli, kdy za jedny z nejdůležitějších se považuje likvidita, stabilita a rentabilita. (Oreský, 2017, s. 22-27)

Existují dva druhy finančního plánování podle Oreského (2017, s. 22-27):

- Projektové finanční plánování,
- periodické finanční plánování.

Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský (2014, s. 152-153) ve své knize Business plán krok za krokem uvádí, že principy finančního řízení jsou základem pro sestavení finančního plánu. Cílem finančního plánu je naplánovat finance tak, aby podnikatelský plán dával finanční smysl, a byl udržitelný v dlouhém časovém horizontu. Finanční management musí ve svých plánech počítat s fixními náklady (investice do nemovitostí, vozidel, strojů atd.) i náklady na údržbu a provoz (doprava, nájem, elektřina atd.), což jsou základní informace potřebné pro další investiční plánování a rozpočty.

Finanční rozhodování

Kalouda (2019, s. 38-40) definuje finanční rozhodování jako dominantní podmnožinu finančního řízení. Finanční rozhodování řeší například to, jak má firma získat zdroje

financování, jak s těmito prostředky vynaložit a musí se definovat prostor pro individuální rozhodnutí v případě potřeby.

Základní pravidla finančního rozhodování podle Kaloudy:

- Motivací pro investici je očekávání výnosu a zvětšení majetku,
- dříve obdržené peníze se preferují před získáním stejné částky později,
- za vyšší riziko se očekává vyšší výnos,
- menší riziko se upřednostňuje před vyšším,
- vyšší výnos má přednost před nižším.

Finanční procesy a jejich organizování

Kiseliáková, Šoltés (2017, s. 15) ve své publikaci definují organizaci a řízení finančních procesů jako každodenní činnost, která se spojuje s procesem zabezpečení potřeby zdrojů financí tak, aby byl zabezpečen plynulý průběh odbytu a výroby.

Kontrola a analýza financí

Knápková, Pavelková, Remeš, Šteker (2017, s. 17) uvádí, že finanční analýza je nedílnou součástí finančního plánování, protože se zabývá minulostí neboli toho, jak si firma do současnosti vedla z hlediska finančního, a také udává určité předpoklady, jak se situace bude vyvíjet i nadále. Na základě finanční analýzy podnik započne další finanční plánování a později finanční rozhodování.

5 VYBRANÉ ANALÝZY

Existuje spousta druhů analýz, kdy každá analýza nám nastíní něco jiného. Některá analýza se zabývá mikrookolím, jiná zase makrookolím podniku. Vzhledem k tomu, že každá analýza zkoumá něco jiného a vstupní informace se liší, získáme z každé analýzy také jiné informace výstupní.

5.1 PEST analýza

Analýza PEST vznikla v 80. letech a zkoumá makrookolí podniku. Jde o nejčastěji používanou analýzu makrookolí, která je nejjednodušší a ve většině případů pro firmu dostačující. PEST analýza se skládá z faktorů: politicko-právních, ekonomických, sociokulturních a technologických. Během let analýza PEST byla obohacena o další faktory a vznikla analýza PESTLIED (přidány jsou legislativní, internacionální, environmentální a demografické faktory) a PESTEL analýza (je obohacena oproti PEST analýze o faktory environmentální a legislativní).

PEST analýza a 4 skupiny faktorů:

Politicko-právní faktory

Jedním z klíčových faktorů, které ovlivňují podnikatelské prostředí je vývoj nadnárodní a národní legislativy. Analýza politických faktorů je také velmi důležitá, jelikož tyto faktory ovlivňují a vymezují investiční angažovanost a podnikatelskou pozici. (Fotr et al., 2020, s. 58-59)

Váchal a Vochozka (2013, s. 97) řadí do politicko-právních faktorů:

- Legislativa v podnikatelském sektoru,
- legislativa v bezpečnosti práce,
- politika zdanění,
- sociální politika,
- zahraniční vztahy a jejich liberalizace atd.

Ekonomické faktory

Pomocí souhrnných ukazatelů, jako jsou úrokové sazby, HDP, inflace, nezaměstnanost, minimální a průměrná mzda obvykle analyzujeme celkový stav ekonomiky daného státu.

Podle Dvořáčka a Slunčíka (2012, s. 11) ekonomické faktory mohou být relativně stabilní nebo existují faktory, které se postupem času mění:

Relativně stabilní ekonomické faktory:

- Úroveň ekonomiky,
- ekonomika a její konkurenceschopnost,
- disponibilní zdroje ekonomiky,
- ekonomika a její charakter (centrální vs. tržní).

Měnicí se ekonomické faktory:

- Podle ekonomického cyklu a jeho fáze,
- dle hospodářské politiky,
- dle vývoje cen.

Sociokulturní faktory (sociálně-demografické faktory)

Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský (2014, s. 58) mezi sociokulturní faktory řadí například náboženství, priority obyvatelstva, demografii obyvatelstva (věk, pohlaví, množství atd.), vzdělanost, mobilitu pracovní síly, migrace obyvatel aj.

Technologické faktory

Šafrová Drážilová (2019, s. 70) definuje technologické faktory jako faktory, které jsou úzce spjaty s určitými technologickými postupy a inovacemi. Začleňují se zde například vládní výdaje vynaložené na výzkum, regionální technická vyspělost, schopnost a rychlost uvedení teoretických poznatků do praxe atd.

5.2 SWOT analýza

Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský (2014, s. 135-139) uvádí, že při vypracování SWOT analýzy je nutné se zaměřit na identifikaci faktorů a skutečností, které pro podnik představují silné stránky (strengths), slabé stránky (weaknesses), příležitosti pro firmu (opportunities) a v poslední řadě hrozby pro podnik (threats). Důležitou podmínkou pro SWOT analýzu je to, aby byla relevantní, jelikož přikrášlování skutečností by analýzu pouze pozměnilo a nepřineslo by to reálné výsledky.

Zásady SWOT analýzy:

Jak autoři Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský (2014, s. 135-139) uvádí, sepsána by měla být pouze nejdůležitější fakta a jevy, jelikož přehnané množství uvedených jevů analýzu pouze zkomplikuje. Například se neuvádějí fakta, která lze v krátké době efektivně vyřešit. Uvedená fakta musejí být prověřená a důvěryhodná. Fakta by neměla být subjektivní, ale naopak objektivní pro lepší přesnost výsledků analýzy. Pro lepší přehlednost se doporučuje vypracovat tabulku SWOT analýzy.

Tabulka 1 základní tabulka pro SWOT analýzu (vlastní zpracování)

Strenghts jako silné stránky S	W Weaknesses jako slabiny firmy
Opportunities jako příležitosti firmy O	T Threats jako hrozby pro firmu

5.3 Analýza konkurentů

Fotr et al. (2020, s. 62-63) tvrdí, že konkurence v dnešní době existuje naprosto ve všech oborech a je velmi vzácné najít obor, který by byl naprosto jedinečný v takovém smyslu, že by neměl svého potenciálního konkurenta. Pokud podnikatel najde přece jen nějakou díru na trhu, konkurence obvykle reaguje velmi rychle. Konkurenční prostředí je dáno podílem podniků na trhu. Pokud podnik analyzuje svou konkurenci může například předpovědět taktiky, strategii a chování za určitých situacích, a identifikovat nové konkurenty a hrozbu, kterou budou pro daný podnik představovat.

5.4 Finanční analýza

Knápková, Pavelková, Remeš, Šteker (2017, s. 21, 139-140, 151-152) uvádí, že zpracování finanční analýzy, která se skládá ze systematického rozboru vstupních dat je v současné neustále se měnící ekonomické situaci nezbytností asi ve všech firmách. Data pro finanční analýzu lze získat z účetních výkazů. Jako slabé stránky finanční analýzy Knápková a kol. uvádí to, že na výsledek hospodaření může mít vliv vznik mimořádných událostí mohou být podniku zanedbána rizika atd.

Podle Taušl Procházkové a Jelínkové (2018, s. 138) finanční analýza ukazuje způsob sledování finančního zdraví podniku. Aby byla analýza správně vyhodnotitelná, měla by se provádět pravidelně. Finanční analýza zkoumá a vyhodnocuje aktuální stav v podniku. Finanční analýza je zajišťuje informace pro banky, obchodní partnery atd. (externí význam), ale také pro interní záležitosti zejména pro management a zaměstnance.

Pro vytvoření finanční analýzy podle Růčkové (2019, s. 21-22) podnik musí vycházet zejména z:

- Rozvahy,
- výkazu o změně vlastního kapitálu,
- cash flow,
- výkazu zisku a ztráty.

Základní postup zpracování finanční analýzy podle Taušl Procházkové a Jelínkové (2018, s. 138):

- Prvním krokem je zajištění dat o vývoji finanční situace,
- následuje analýza těchto získaných dat a analýza příčin zhoršení (zlepšení) finanční situace v podniku,
- příčiny změn finanční situace slouží jako základní informace pro následné plánování financí v podniku.

Základní ukazatelé využívané při finanční analýze jsou například poměrový ukazatel rentability, likvidity, zadluženosti, vertikální a horizontální analýza účetních výkazů.

5.5 Analýza rizik

Srpová a kol. (2020, s. 221) ve své publikaci uvádí, že riziko, které souvisí s podnikáním a podnikatelským plánem může být chápáno jako negativní odchylka od stanoveného cíle, kdy je riziko spojeno s nepříznivým dopadem na podnik. Pokud firma vytvoří analýzu rizik bude nastíněna pravděpodobnost rizikové situace což slouží k přípravě na opatření v případě, že tato skutečnost nastane. Každé riziko sebou nese příčiny, a proto po analýze je firma schopna vytvořit návrh preventivních opatření.

Šafrová Drášilová (2019, s. 60) tvrdí, že tím, že firma vytvoří analýzu rizik dává najevo, že je podnikatelský plán dobře promyšlený a nejedná se jen o nápad, po kterém se chce podnikatel vrhnout do projektu bezhlavě.

Fotr a Hnilica (2014, s. 16-24) v publikaci Aplikovaná analýza rizika definují riziko jako:

- Možnost výskytu události, která je hrozbou pro dosažení cílů,
- pravděpodobnost výskytu negativní odchylky,
- pravděpodobnost se kterou vznikne firmě ztráta.

Tabulka 2 Analýza rizik (Srpková a kol., 2020, s. 222):

Riziko	Významnost	Pravděpodobnost výskytu	Opatření
Nezájem zákazníků	Vysoká	Střední	Podpora prodeje, marketing
Špatně určená cena produktu	Vysoká	Střední	Opakované dotazníkové šetření
Špatně určena cílová skupina	Vysoká	Střední	Opakované dotazníkové šetření
Selhání dodavatele	Vysoká	Střední	Záložní dodavatelé
Trestná činnost zaměstnanců	Střední	Nízká	Inventura, kontrola
Selhání majitele	Střední	Nízká	Zaškolení zástupce
Změna cen vstupů	Nízká	Nízká	Flexibilní portfolio produktů

5.6 Časová analýza

Svozilová (2016, s. 678, 690, 701) uvádí, že časový plán projektu je základním výchozím bodem pro efektivní průběh daných činností. Součástí časového plánu je harmonogram, ve kterém se dají vyčíst základní informace o tom, v jakém pořadí jednotlivé kroky budou probíhat, a jaký je předpokládaný čas potřebný na jejich realizaci. Součástí harmonogramu by měly být diagramy pro lepší přehlednost.

Svozilová tvrdí, že pro názorné zobrazení harmonogramu lze použít několik metod:

- Ganttův diagram je v současné době hojně využíván pro svou jednoduchost a možnost vytvořit jej i bez speciálních programů. V minulosti, pokud uživatel potřeboval jen jednoduché znázornění, Ganttův diagram postačil, nicméně nebyl vhodný při složitých a navzájem provázaných činnostech. Ganttův diagram byl schopen zobrazit změny v časových úsecích, a nebyl schopen zobrazit závislosti jednotlivých činností mezi sebou. Nicméně postupem času a se softwarovou podporou tyto nedostatky byly minimalizovány.
- Metoda PERT se využívají zejména při projektech, ve kterých je obtížnější stanovit délku trvání činnosti a tím i jejich fakturaci. Vhodné použití PERT metody je například při vývojových projektech. Obsahuje běžnou, pesimistickou a optimistickou variantu výpočtů.

- Metoda CPM počítá se stanovenou délkou trvání činnosti a jejím základem je analýza kritické cesty projektu a její vyhledání, což znamená, že při metodě kritické cesty je stanoven nejdelší sled činností ale bez časové rezervy.

6 LEAN CANVAS

Šafrová Drážilová (2019, s. 49-54) uvádí, že model Lean Canvas byl vytvořen Alexandrem Osterwalderem a v roce 2008 se velmi rychle začal využívat zejména začínajícími podnikateli. Postupem času se vzhled Lean Canvas upravoval, nicméně cíl metody zůstal i nadále stejný. Cílem této metody je přehledně shrnout nejdůležitější informace o podnikatelském záměru do jedné stránky.

Jednotlivá pole metody jsou následující (Svobodová, Andera, 2017, s. 65-68):

- *Problém:* vypíšeme 1-3 problémy se kterými se naši zákazníci potýkají.
- *Existující alternativy:* vypíšeme, jak tyto problémy zákazníci řeší v současnosti.
- *Zákaznické skupiny:* zde je popis zákazníků, kteří naši službu využívají a zaplatí za ni.
- *První vlašťovky:* jedná se o první skupinu zákazníků, kteří službu využijí ihned, nebudou čekat na doporučení a recenze.
- *Unikátní nabídka hodnoty:* obsahuje stručný popis v čem se lišíme od konkurence.
- *Srozumitelný popis:* políčko obsahuje srozumitelný popis toho, co nabízíme, často srovnáváme s něčím podobným, co již na trhu existuje.
- *Řešení:* návrh řešení problému našich zákazníků.
- *Cesta k zákazníkům:* obsahuje stručný popis marketingu a propagaci.
- *Cenový model:* zodpovídá otázky: Jak nám zákazník zaplatí, kolika za co?
- *Struktura nákladů:* co budeme nakupovat?
- *Klíčové ukazatele:* závisí na vizi samotného businessu.
- *Neférová výhoda:* neboli naše konkurenční výhoda, kterou zákazníkům nabízíme.

Lean Canvas se zpracovává ve formě tabulky, která má předem sestavenou strukturu a stanoveno pořadí v jakém se pole vyplňují. Jak již bylo zmíněno, tento business model se musí vlézt do jedné strany a musí obsahovat ty nejdůležitější informace, které chceme sdílet.

Lean Canvas Podnikatelský plán na jedné straně papíru Online kurz zdarma na www.leancanvas.cz		Projekt: <input type="text"/>	Autor: <input type="text"/>	Datum: <input type="text"/>
				Verze: <input type="text"/>
Problém Jaké jsou 1-3 nejpalčivější problémy vašich zákazníků?	Řešení Jaké vlastnosti vašeho produktu řeší problémy vašich zákazníků?	Unikátní nabídka hodnoty Čím upoutáte pozornost? V čem jste jiní? Jaká je výsledná hodnota pro zákazníka?	Neférová výhoda Co vám nemůže nikdo snadno zkopírovat nebo si to koupit? Proč byste to měli dělat zrovna vy?	Zákazníci Kdo jsou vaši zákazníci, resp. uživatelé?
Existující alternativy Jak zákazníci řeší své problémy dnes?	Indikátory Co pro vás znamená úspěch a jak jej budete měřit? Jaká data či čísla jsou pro vás teď odlišná (aktivace, konverze, tržby, doporučení)?	Srozumitelný opis Jak jednoduše opíšete vaše řešení pomocí již existujících?	Cesty k zákazníkům Jak se dostanete ke svým zákazníkům?	První vlašťovky S kým můžete začít nejprve?
Struktura nákladů Za co budete platit a kolik? Jaké jsou vaše fixní a variabilní náklady?		Cenový model Jak načteníte vaše řešení problému?		

Lean Canvas vytvořili Ash Maurya na základě Business Model Canvasu - je distribuován pod licencí CC BY-SA 3.0. Přeložili Jan Veselý a Petra Hájková

Obrázek 1 Lean Canvas tabulka (leancanvas.cz)

7 SHRUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Cílem teoretické části diplomové práce zpracované formou literární rešerše bylo získání teoretických znalostí, které jsou dále uplatněny v části praktické.

První kapitola práce se věnuje základním pojmům, které se týkají podnikání. Nachází se zde definice podniku, rozdělení velikosti podniku podle Eurostatu, sektoru malého a středního podnikání a podle České správy sociálního zabezpečení. Dále je zde rozdělení okolí podniku.

Druhá kapitola je věnována formám podnikání fyzických a právnických osob v České republice. Je zde rozdělena a popsána živnost jak ohlašovací, tak i koncesovaná. Dále jsou zde popsány a rozděleny osobní společnosti, kapitálové společnosti i družstva, jakožto způsob podnikání právnických osob.

Struktura a zásady podnikatelského plánu jsou popsány ve třetí kapitole, kdy je z různých zdrojů patrné, že není předepsána žádná jednotná struktura, ale v zásadě se struktura podnikatelského plánu dle různých zdrojů příliš neliší.

V následující kapitole je nastíněno financování podniku, zdroje financování rozdělené na cizí kapitál i vlastní kapitál a popsáno řízení finančních procesů.

V páté kapitole jsou popsány jednotlivé analýzy, které jsou následně využity v praktické části: SWOT analýza, PEST analýza, analýza konkurentů, analýza rizik a časová analýza.

V poslední kapitole teoretické části je popsán business model Lean Canvas, který je hojně využíván namísto samotného podnikatelského plánu jako shrnutí všech zásadních a důležitých informací o začínajícím podniku.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

8 KYNOLOGIE V ČESKÉ REPUBLICE

V této části práce je nejprve důležité uvést základní informace týkající se loveckých plemen psů, která jsou zastoupena v České republice. Toto základní rozdělení je zde sepsáno, protože každé lovecké plemeno má své specifické potřeby při samotném loveckém výcviku a pro laika, který se v kynologii nepohybuje, je důležité vědět i fakt, že ne každý pes může zkoušky vykonávat. Základní podmínkou je to, že pes musí mít průkaz původu a plemeno musí být uznáno mezinárodní kynologickou federací jako lovecké plemeno.

8.1 Základní kynologické organizace

Kynologie obecně má několik organizací, které se zabývají kynologickou problematikou. V níže zmíněných organizacích můžeme najít specifikace plemene a jejich využití, různé zkušební řady, jednotlivé plemenné knihy dle plemen psů, kynologické akce (výstavy, zkoušky, svody psů atd., jež jsou potřebné pro uchovnění psa), chovné stanice, jména rozhodčí atd.

8.1.1 Mezinárodní kynologická federace (FCI)

Mezinárodní kynologická federace, (FCI= Fédération Cynologique Internationale), je základní organizace, která sdružuje a organizuje kynologii členských zemí celého světa. Mezinárodní kynologická federace plemena psů rozděluje do deseti základních skupin:

Tabulka 3 rozdělení plemen psů do skupin dle FCI
(FCI.be, 2020)

Skupina FCI	Plemena psů
I	Ovčácká, pastevecká a honácká
II	Knírači, pinčové
III	Teriéři
IV	Jezevčíci
V	Špicové a tzv. Primitivní plemena
VI	Honiči a barváři
VII	Ohaři
VIII	Slídiči, retrieveři a vodní psi
IX	Společenská
X	Chrti
N	Plemena neuznaná FCI

8.1.2 Českomoravská kynologická unie (ČMKU)

Po rozpadu Československa bylo potřeba vytvořit novou organizaci, která by sdružovala kynologii v České republice, a proto byla 5. 12. 1992 založena Českomoravská kynologická unie. Mezi zakládající členy patřil: Český svaz chovatelů, Český kynologický svaz, Českomoravská myslivecká jednota, Českomoravský kynologický svaz, Moravskoslezský kynologický svaz, Sdružení kynologických klubů a svaz Česko-moravsko-slezských záchranných brigád kynologů. Nově vzniklá ČMKU musela vytvořit kynologické předpisy související s chovem a výcvikem psů, vytvořit jednu plemennou knihu aj. a v roce 1997 se Česká republika po splnění podmínek daných FCI stala řádným členem FCI. Valná hromada je nejvyšším orgánem ČMKU se sídlem v Praze. ČMKU pořádá každoročně národní, mezinárodní, klubové a speciální výstavy psů a výcvikové akce. (českomoravská kynologická unie, 2020)

8.1.3 Českomoravská kynologická jednota (ČMKJ)

Českomoravská kynologická jednota je dobrovolné sdružení zájmových kynologických organizací, jako jsou například chovatelské kluby zabývající se výcvikem a chovem psů a dalších zájmových kynologických činností. ČMKJ je členem Českomoravské kynologické unie a jako všechny kynologické organizace v České republice respektuje normy vydávané FCI. Mezi základní činnost je administrativní spojená s vydáváním průkazů původu (PP) štěňat, čímž se prokáže čistokrevný původ psa, vydávání pracovních certifikátů, organizace výstav, spolupráce s chovatelskými kluby atd. ČMKJ samozřejmě spolupracuje s ČMKU. (českomoravská kynologická jednota, 2020)

8.1.4 Český kynologický svaz (ČKS)

Český kynologický svaz se zaměřuje především na chov pracovních plemen prostřednictvím Českomoravské kynologické unie a sportovní výcvik psů. Dále vede část plemenné knihy. (kynologie.org, 2020)

8.2 Skupiny plemen loveckých psů

Plemena loveckých psů se rozdělují podle Mezinárodní kynologické federace (FCI). FCI má za úkol organizovat kynologii členských zemí celého světa. Pokud FCI neuznává plemeno psa jako lovecké, nemůže se v České republice využívat v myslivosti a vykonávat zkoušku lovecké upotřebitelnosti. Z celkových jedenácti skupin dle FCI je pouze pět skupin v České

republiky uznávaných jako využitelné v myslivosti, a tudíž s nimi lze vykonávat zkoušky z lovecké upotřebitelnosti.

Tabulka 4 Rozdělení do skupin FCI podle plemen (vlastní zpracování)

Skupina FCI	Plemena psů	Nejznámější zástupci plemene
III	Teriéři	Foxteriér, Bullteriér, Český teriér
IV	Jezevčíci	Jezevčík drsnosrstý
VI	Honiči a barváři	Beagle
VII	Ohaři	Český fousek
VIII	Slídiči, retrieveři a vodní psi	Labradorský retrievr, Anglický kokršpaněl

V tabulce (Tab. 4) jsou vypsány jednotlivé skupiny, které jsou uznány v České republice pro využití v myslivosti a jejich nejznámější zástupci pro lepší představu.

8.3 Lovecká kynologie v ČR

V České republice v posledních letech počet loveckých psů mírně klesá, nicméně i nadále lze tvrdit, že počet těchto psů je poměrně vysoký. Myslivost jako taková je značně oblíbená u mladých lidí a neustále se řady myslivců rozrůstají. Většina nových (ale i dosavadních) myslivců pro svou mysliveckou činnost psy využívají, a proto je loveckých psů poměrně mnoho. Někteří myslivci se nespokojí pouze s jedním psem, ale mají celou smečku, se kterou trénují, a poté v období honů objíždějí celou sezónu jeden hon nebo naháňku na černou zvěř za druhou. Pokud je smečka dobře vycvičena a psi dobře pracují, některé myslivecké spolky jsou ochotny si psí smečku pozvat a zaplatit za jejich práci. Lovecky upotřebitelní psi jsou velkou a nepostradatelnou součástí lovu různého druhu zvěře, jelikož zvěř nejenže vyhánějí z houštin, ale také přinášejí (zajíc polní, bažant obecný, kachna divoká atd.), vystavují (ukazují vůdci psa, že se v houštině nějaká zvěř nachází) a v neposlední řadě jsou se správným výcvikem schopni sledovat stopu poraněné zvěře.

V následujících tabulkách bude nastíněn počet loveckých psů podle plemene a skupiny FCI a počet psů s loveckou upotřebitelností v České republice dle druhu zvěře, na kterou byly zkoušky vykonány.

Tabulka 5 Počet lovecky upotřebitelných psů v ČR (vlastní zpracování)

Skupina FCI	Plemena psů	2015	2016	2017	2018
III	Teriéři	6 112	6 170	6 191	6 178
IV	Jezevčáci	6 790	6 637	6 574	6 534
VI	Honiči a barváři	4 287	4 453	4 524	4 576
VII	Ohaři	11 204	10 898	10 792	10 533
VIII	Slídiči, retrieveri a vodní psi	2 919	2 900	2 878	2 914
Celkem		31 312	31 058	30 959	30 735

Zdroj: Český statistický úřad, 2019

Z tabulky (Tab. 5) je patrné, že počet loveckých psů v České republice mírně klesá, ale stále jsou čísla relativně vysoká. Nejvíce zastoupena skupina ve všech sledovaných letech je skupina Ohaři, kdy jsou tyto psi využíváni k přinášení a vystavování drobné zvěře. Česká republika v této skupině má zastoupeno české národní plemeno: Český fousek. Další dvě skupiny Teriéři a Jezevčáci jsou početně téměř stejné, a tyto psi se zejména využívají při norování lišek a jezevců, ale také k vyhánění zvěře z houštin a přinášení drobné zvěře. Honiči a barváři se v myslivecké praxi používají zejména při naháňkách na černou zvěř, kdy při dobrém výcviku zvěř naženou směrem ke střelcům, a při postřelení zvěře jsou schopni ji dosledovat podle stopy. Slídiči, retrieveri a vodní psi jsou nejméně zastoupenou skupinou loveckých psů, i když například Zlatý retriever, nebo Labradorský retriever je velmi oblíbené plemeno v domácnostech s dětmi.

Tabulka 6 Počet lovecky upotřebitelných psů dle zkoušek na zvěř (vlastní zpracování)

Druh zkoušky dle zvěře	Počet lovecky upotřebitelných psů							
	2015		2016		2017		2018	
	Odhad	Skutečnost	Odhad	Skutečnost	Odhad	Skutečnost	Odhad	Skutečnost
Drobná zvěř	7 664	11 551	7 645	11 325	7 600	11 213	7 619	10 972
Norování	6 059	8 854	6 078	8 783	6 080	8 801	6 045	8 746
Spárkatá zvěř	8 776	10 907	8 813	10 950	8 788	10 945	8 763	11 017
Celkem	22 499	31 312	22 536	31 058	22 468	30 959	22 427	30 735

Zdroj: Český statistický úřad, 2019

V tabulce (Tab. 6) je uveden počet loveckých psů, kteří mají složený zkoušky z lovecké upotřebitelnosti, to znamená že museli projít loveckým výcvikem a úspěšně složit zkoušky korespondující s daným plemenem. Například ohař nemůže skládat zkoušky z norování, jelikož by se do liščí nory nikdy nemohl dostat kvůli jeho kohoutkové výšce. Při podrobném zkoumání tabulky lze zjistit, že odhad počtu psů skládajících zkoušky z lovecké upotřebitelnosti je o mnoho nižší, než je skutečný počet těchto psů.

Výcvik na zvěř drobnou v posledních čtyřech letech mírně klesá, což je nejspíše zapříčiněno snižující se populací drobné zvěře v některých krajích České republiky. Na vinně je zejména zvyšující se dopravní frekvence a zemědělství. Zkoušky z norování jsou v průběhu sledovaných let velmi podobně početně zastoupeny, a počet zkoušek loveckých psů na spárkatou zvěř se mírně zvyšuje, což je zapříčiněno tím, že množství ulovené spárkaté zvěře se zvyšuje. Spárkatou zvěří je myšlena například srnčí zvěř, jelení zvěř, mufloní zvěř a zvěř černá (prase divoké) aj.

9 ANALÝZA KONKURENTŮ

V České republice není mnoho oficiálních výcvikových středisek, které se zaměřují výhradně na výcvik loveckých psů, pokud se počet porovná s klasickými „cvičáky“, které jsou v dnešní době v podstatě v každém městě. Při průzkumu trhu České republiky ohledně loveckého výcviku se zjistilo, že se nedá dohledat přesné množství subjektů zabývajících se přímo loveckým výcvikem, nicméně jsou jich desítky na rozdíl od klasických výcvikových zařízení, kde se dají najít stovky podnikatelských subjektů po celé ČR.

Podle emailové komunikace s ČSÚ je podle NACE 9609 (kam výcvik psů spadá) zaregistrovaných 8 169 podnikatelských subjektů, nicméně tato skupina podnikatelských činností se skládá například také z:

- Činnosti astrologů a spiritistů,
- osobní služby, jako např. doprovodné služby, služby seznamovacích a sňatkových kanceláří,
- péči o domácí zvířecí mazlíčky, jako např. ubytování a stravování, ošetřování, úprava srsti, výcvik,
- činnosti genealogických organizací,
- činnosti tetovacích a piercingových salonů,
- činnosti čističů bot, nosičů zavazadel, hlídačů parkovišť atd.,
- provozování mincovních automatů jako služby lidem, např. fotoautomatů, vah, automatů na měření krevního tlaku, bezpečnostních schránek atd.

Díky výčtu činností výše je zřejmé, že vyčíslit počet podnikatelských subjektů je velmi obtížné, a proto byl proveden průzkum na internetu, pro zjištění základních konkurentů. V následující části práce je analyzováno několik podnikatelských subjektů, které se zabývají loveckým výcvikem psů v České republice:

- **Výcviková škola pro psy Alanshop**

Výcviková škola pro psy Alanshop se sídlem v Brně nabízí jak základní výcvik pro všechna plemena všech věkových kategorií, tak i ten lovecký, kdy se zaměřují na retrievery. Základní výcvik je veden v Brně, nicméně ten lovecký z logických důvodů je přesunut do vhodnější lokality, což je v tomto případě u města Rájec-Jestřebí, které se nachází přibližně 30 km od Brna. (Výcviková škola pro psy alanshop, 2008)

- **Laváre Morávia-Horka nad Moravou**

Pan Štěpán Horák se výcvikem loveckých psů zabývá od roku 1997, v roce 2003 začal pořádat výcvikové tábory, kde se spolu se zkušenými výcvikáři zaměřují na výcvik a přípravu na zkoušky lovecké upotřebitelnosti všech plemen loveckých psů. Výcvikové lekce u pana Horáka probíhají v Brně a lovecký výcvik na Lovecké chatě Horka nad Moravou. (Lavaremoravia.cz, 2020)

- **AJ-animals, s. r. o.**

AJ-animals, s. r. o. se zabývá nejen výcvikem loveckých psů, ale také fungují jako internetový obchod, kde nalezne kynolog velké množství výcvikových pomůcek, bez kterých se žádný kynolog při výcviku psa neobejde. Společnost AJ-animals, s. r. o. má působíště v Praze. (Nikův svět, 2020)

- **Lovecký výcvik.cz**

Paní Zuzana Veselá vede výcvik loveckých psů také v Čechách, konkrétně se jedná o okres Kladno. Lovecký výcvik psů probíhá většinou na Hájojně Mrákavy, kde jsou vhodné podmínky pro většinu loveckého výcviku a nachází se přibližně 20 km od Prahy. Pro výcvik jezevčků a teriérů v umělé noře využívá paní Veselá prostor zvaný Kožova hora, s lokací cca 20 km od Prahy. (Loveckyvycvik.cz, 2019)

Tabulka 7 Ukázka ceníku (vlastní zpracování)

Ceník Loveckývycvik.cz	Cena v Kč/pes/ lekce	Doba trvání lekce (hod)
Nácvik aportů	100-300	1
Individuální výcvik poslušnost	300	1
Individuální příprava ke zkouškám	500	1
Příprava na výstavu	200	-
Příprava k loveckým zkouškám dle druhu a vybavení	100-300	1

Zdroj: loveckyvycvik.cz

- **Nice friend**

Pan Martin Luňák se svou loveckou školou Nice Friend od roku 2007 specializuje na lovecký výcvik a pořádá v České republice nejvíce výcvikových akcí, jelikož se Nice Friend zaměřuje na výcvikové víkendy. Pan Luňák pořádá také lovecké zkoušky, kde po úspěšném splnění pes získá osvědčení o lovecké upotřebitelnosti. Lovecká škola Nice Friend

se zaměřuje pouze na určitou skupinu loveckých plemen: ohaři, retrieveri a slídiči. Jiná lovecká plemena se v Nice Friend výcviku neúčastní. Sídlo společnosti se nachází v Brně, víkendový výcvik probíhá v Novém Městě na Moravě, nebo Velkém Meziříčí. (Lovecky-vycvik-brno, 2020)

- **Viribus**

Společnost Viribus se specializuje převážně na VIII skupinu FCI (ohaři, vodní psi a retrieveri), kdy hromadný výcvik v počtu kolem pěti psů probíhá na třech místech: Třeboni, Slabčicích a Hluboké nad Vltavou. Individuální trénink probíhá jen ve Slabčicích. (Viribus.eu, 2020)

Tabulka 8 Ukázka ceníku (Vlastní zpracování)

Ceník VIRIBUS	Cena v Kč/pes/ lekce	Doba trvání lekce (hod)
Individuální výcvik	400	1
Hromadný výcvik	300	až 2

Zdroj: viribus.eu

- **Výcvikové středisko loveckých psů-Zdeněk Veleba**

Pan Zdeněk Veleba se zaměřuje na výcvik loveckých psů v Lukově u Moravských Budějovic. Pomocí jeho vedení lze psy připravovat individuálními lekcemi, skupinovými lekcemi, ale také může majitel psa svěřit panu Velebovi a za určitou dobu (která je u každého psa velmi individuální) psa buď vyzvedne již s hotovými zkouškami, nebo psa ve finále na zkoušce předvede majitel sám. (Loveckypes.webnode.cz, 2020)

- **Sanelle Sirrah**

Paní Mgr. Lenka Trčková, Ph. D. se výcviku loveckých psů věnuje řadu let a nejvíce se zaměřuje na výcvik ohařů, teriérů a slídičů, které také vlastní. Manžel paní Mgr. Lenky Trčkové, Ph. D. vlastní bullteriéry, tudíž může být lovecký výcvik opravdu všestranný. Ceny při jejích lekcích loveckého výcviku mohou lišit v závislosti na potřebách psa, ale v základu je to cca 350 Kč/ lekci. (Vymarskyohar.net, 2018)

- **Výchova a výcvik loveckých psů na Moravě a ve Slezsku**

Paní Eva Dudková spolu se svou kolegyní Mgr. Martinou Müllerovou se věnují výcviku loveckých psů několik let a nyní se snaží pomáhat s výcvikem ostatním. Cena běžné lekce

je stanovena na 350 Kč, lze si zde ale domluvit i tzv. výcvik na zakázku, což znamená, že se výcvikář domluví s majitelem na tom, co od výcviku požadují, a pes zůstane nezbytně dlouhou dobu přímo u výcvikáře bez přítomnosti majitele. Na konci výcviku si majitel vyzvedne již vycvičeného psa. Úplata za tuto službu se liší s každým psem, jelikož každý pes je jiný. (Loveckakynologie.cz, 2020)

Shrnutí konkurence v České republice

Kapitola o konkurenci podnikatelských subjektů zabývajících se výcvikem loveckých plemen psů v České republice nám zobrazuje některé podnikatelské subjekty nalezené v ČR, které je možné považovat za konkurenty, a u některých je uvedena zjištěná cena výcvikových lekcí. Nelze nastínit jednotlivé postupy a časové hledisko, jelikož pes je živý tvor, a každý lovecký pes je originální a nacvičení určitých úkolů či povelů zabere každému jedinci jinou dobu.

Jak již bylo zmíněno výcvikových středisek, které se zaměřují na výcvik loveckých plemen psů v porovnání se „cvičáky“ v České republice není příliš mnoho, i když spousta obyvatel má lovecké plemeno doma, jakožto „člena rodiny“ například Jezevčíka, Labradorského retrievera, Zlatého retrievera. Pokud se takovým plemenům nedopřeje alespoň základní výcvik, může pro majitele nastat problém například při procházce přírodou, kdy se v každém psovi může objevit jeho „lovecký pud“ a majitel si se psem neporadí. Je mnoho obyvatel, kteří nejsou myslivci, ale vnímají radost svého psa z „lovecké práce“ a proto se loveckého výcviku účastní, popřípadě poté chodí jako psovodi na různé myslivecké akce.

Běžná cena za individuální trénink podle průzkumu se pohybuje kolem 100 Kč - 500 Kč dle vybavení, náročnosti a časového hlediska. U skupinových tréninků je to v závislosti na počtu psů a druhu tréninku kolem 300 Kč. Většina výcvikářů sídlí v Čechách, ale najdou se i konkurenti, kteří trénují v blízkosti Zlínského kraje. Pokud ale vůdce chce svého psa pořádně ke zkouškám připravit, vzdálenost pro něj není žádnou překážkou, jelikož jsou jedinci, kteří neváhají na výcvik či výstavu se svým psem cestovat do zahraničí.

10 PEST ANALÝZA

V návaznosti na teoretickou část práce je nyní možné PEST analýzu využít také v praktické části diplomové práce. PEST analýza se skládá z politicko–legislativních faktorů, ekonomických faktorů, sociokulturních faktorů a technologických faktorů.

10.1 Politicko-legislativní faktory

Všechny podnikatelské subjekty na světě musí dodržovat určité zákony a předpisy korespondující s danou podnikatelskou činností. Podnikatelé v České republice se mnohdy musí řídit nejen zákony České republiky, ale také nařízeními např. EU. Pokud chce podnikatel začít podnikat, musí se orientovat v daných zákonech a vyhláškách, které ovlivňují podnikání, aby předešel případným problémům, pokutám a sankcím při jejich nedodržení.

Hlavní zákony, které se podnikání v České republice týkají:

- č. 455/1991 Sb., Zákon o živnostenském podnikání,
- č. 90/2012 Sb., Zákon o obchodních korporacích,
- č. 262/2006 Sb., Zákoník práce,
- č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník.

10.2 Ekonomické faktory (Economic)

Ekonomické faktory jako jsou HDP, inflace, úrokové sazby, měnový kurz atd. Vzhledem ke zkoumanému odvětví-výcviku loveckých psů se autorka diplomové práce domnívá, že tyto ekonomické faktory příliš podnikatelskou činnost neovlivní.

Základní ekonomické faktory České republiky v číslech:

Tabulka 9 Ekonomické faktory ČR

Ekonomický faktor	Hodnota v roce 2019
Inflace	2,8%
HDP	2,4%
Průměrná mzda	34 125 Kč

Inflace v roce 2019 byla 2,8 %, HDP České republiky v roce 2019 bylo 2,4 % a průměrná mzda v ČR činila 34 125 Kč.

10.3 Sociokulturní faktory (společenské a demografické)

Do společenských a demografických faktorů bezpochyby patří například počet obyvatel a jejich věkové rozdělení.

Jako sociokulturní faktory PEST analýzy je vybrána lokalizace Zlínského kraje, jelikož obyvatelé Zlínského kraje jsou nejbližšími potenciálními zákazníky zakládaného podniku. Vzhledem ke specializovanému trhu mohou být ale budoucí zákazníci z celé České republiky.

Tabulka 10 Počet obyvatel ve Zlínském kraji v letech 2014-2019 (Vlastní zpracování)

Věk (roky)	Rok					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
15–19	26 561	26 147	26 040	26 163	26 239	26 266
20–24	36 118	34 111	31 629	29 563	27 785	26 746
25–29	38 548	38 244	37 976	37 440	36 759	35 627
30–34	39 683	38 988	38 410	37 879	37 707	37 283
35–39	48 456	46 379	44 371	42 413	40 611	39 002
40–44	45 426	47 515	48 915	49 500	49 202	48 180
45–49	38 640	38 706	39 184	40 734	42 761	45 181
50–54	39 252	39 756	39 768	39 553	38 786	38 111
55–59	39 641	38 450	37 480	36 648	37 215	38 318
60–64	40 700	40 620	40 512	40 213	39 313	38 091
65–69	36 051	37 290	37 463	37 661	37 900	38 210
70–74	26 972	27 558	29 323	30 903	31 896	32 638
75–79	19 096	19 771	20 494	21 221	22 111	23 075
80–84	14 616	14 474	14 391	14 209	14 420	14 709
85+	10 538	11 015	11 449	11 852	12 258	12 707
Celkem	500 298	499 024	497 405	495 952	494 963	494 144

Zdroj: český statistický úřad, 2019

Tabulka znázorňuje systematické rozdělení počtu obyvatel ve Zlínském kraji ve skupinách po pěti letech, celkový počet obyvatel ve Zlínském kraji v letech 2014-2019. V tabulce je uvedena nejnižší věková hranice 15 let, jelikož se zkoušek pro získání lovecké upotřebitelnosti psa může účastnit vůdce již od 16 let, proto je nižší věková hranice pro zkoumání nepodstatná.

10.4 Technologické faktory (Technological)

Faktory technologické mají v dnešní době značný význam asi ve všech odvětvích. Technologie se neustále posouvá a vynalézají se další a další postupy a přístroje, které značně ulehčují, nebo obohacují práci.

V lovecké kynologii se například mohou používat GPS obojky s lokátorem, a díky tomu vůdci mohou sledovat práci psa na vysílače, kde vidí, jak je pes daleko, jeho rychlost, celkovou uběhnutou vzdálenost psa, může zde vidět, jestli pes provádí svou práci systematicky a správně, nebo nedostatečně. Dalším příkladem využití technologie může být elektrický obojek, ale autorka diplomové práce není velkým zastáncem jeho používání (pouze například zvukový signál je vhodné využívat), ale samotné elektrické šoky mohou psa více podráždit, nebo naopak „zlomit“ a pes by nemusel chtít nadále spolupracovat. Jsou ale i kynologové, kteří tuto technologii využívají.

Další technologická pomůcka může být časomíra, která přesně změří čas při zkouškové disciplíně Zkouška nováčků, která se provádí v umělé noře a měří se psovi přesný čas. Doposud se používali klasické stopky, ale pokrok, ulehčení práce a snaha mít vše dokonale přesné tuto technologii jistě posune brzy kupředu.

11 SWOT ANALÝZA

Jak bylo zmíněno v teoretické části, SWOT analýza znázorňuje a zhodnocuje vnitřní a vnější faktory, které mají značný dopad na úspěšnost analyzovaného projektu, služby nebo produktu. SWOT analýza se skládá ze silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

11.1 Strengths jako silné stránky (S)

Za nejsilnější stránku je považováno to, že se podnik zaměřuje na specializovaný výcvik loveckých plemen psů a nezabývá se pouze základním výcvikem, který se odehrává na každém klasickém „cvičáku“. Nabízený výcvik bude jak individuální, tak i skupinový.

Dalším silnou stránkou firmy jsou nízké náklady na provoz podniku, jelikož lovecký výcvik nepotřebuje žádné pronajaté kanceláře a sklady, jako tomu bývá u jiných podnikatelských zaměření. Výhodou je, že zakladatelka bude mít sídlo a zázemí v místě bydliště a samotný výcvik v terénu je uskutečněn po dohodě s mysliveckým spolkem v okolí.

V neposlední řadě je za silnou stránku považován individuální přístup ke každému zákazníkovi, který je samozřejmostí a v případě výcviku více psů jednoho majitele je dohodnuta individuální sleva. Doplnkovou službou je tzv. handling a krátkodobé ubytování psů v případě potřeby.

11.2 Weaknesses jako slabiny firmy (W)

Za slabinu nově založené firmy je považováno to, že její úspěch závisí na vybudování dobré pověsti a referencí spokojených zákazníků, což může být spjato s nízkými příjmy na počátku podnikání.

Slabinou je také to, že dobrý výcvikář se musí neustále učit novým věcem a musí svou taktiku měnit v závislosti na individualitě každého psa. Nelze na každého psa aplikovat jen jeden naučený postup.

Pro plynulý chod podniku je nutností na začátku nakoupit nezbytné vybavení.

11.3 Opportunities jako příležitosti firmy (O)

Příležitostí firmy je jistě to, že v České republice není podle průzkumu trhu přeplněný trh a nová firma má příležitost nastavit příznivější ceny, než má konkurence.

Další příležitostí je také to, že se lovecký výcvik dá vést kdekoli po České republice (po zajištění vhodného prostoru k výcviku), tzn. že pokud by byl zájem, výcvikář může přijet kamkoliv a nemusí za výcvikářem jezdit pouze zákazník.

Výhodou podniku jsou také vazby podnikatelky na nespočet mysliveckých sdružení, kde je možno firmu propagovat a hledat potenciální zákazníky. Poutavé webové stránky, prezentace na internetu (Facebook atd.), letáky a vizitky pro distribuci.

11.4 Threats jako hrozby pro firmu (T)

Hrozbami pro podnik je shledáno to, že nemusí být o služby takový zájem, jak podnikatelka předpokládá, což by mělo za následek, že firma by nebyla výdělečná.

Další hrozbou může být zvýšení počtu konkurentů na trhu. Jelikož výcvik loveckých psů není podmíněn žádným osvědčením, může se stát konkurentem v podstatě kdokoli, kdo získá živnostenské oprávnění. Nabídka nižší ceny a lepších služeb konkurentů je další zásadní hrozbou pro firmu.

Tabulka 11 SWOT analýza nové firmy

Strenghts jako silné stránky S	W Weaknesses jako slabiny firmy
S1 specializovaný výcvik	W1 nová firma (žádné recenze)
S2 nízké provozní náklady	W2 nižší příjmy ze začátku podnikání
S3 doplňkové služby	W3 nutnost neustálého zdokonalování výcvikáře
S4 nabídka různých druhů výcviku	W4 nutnost koupě vybavení
S5 častý osobní kontakt se potenciálními zákazníky	
S6 dobrá marketingová strategie (web, distribuce..)	
S7 individuální přístup k zákazníkům	
S8 množstevní sleva	
Opportunities jako příležitosti firmy O	T Threats jako hrozby pro firmu
O1 málo konkurentů	T1 nezájem o službu
O2 nižší cena než konkurenční	T2 zvýšení počtu konkurence
O3 výcvik kdekoli v ČR	T3 nižší konkurenční cena
	T4 kvalitnější služby konkurentů

Nově vznikající společnost by se měla zaměřit zejména na využití silných stránek a rozvoj příležitostí, naopak by se měla snažit potlačit hrozby a eliminovat své slabé stránky.

12 ZHODNOCENÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI

Na počátku analytické části diplomové práce byla vytvořena tabulka, kde byl shrnut počet lovecky upotřebitelných psů v České republice v letech 2015-2018 a tabulka se znázorněním na jaký druh zvíře tyto lovecky upotřebitelní psi vykonávaly potřebné zkoušky. Počet loveckých psů se zkouškami byl 31 239 psů v roce 2015, 30 985 psů v roce 2016, 30 883 psů v roce 2017 a v roce 2018 bylo 30 664 psů uznáno lovecky upotřebitelnými. Počty psů s postupem času mírně klesají, nicméně i nadále je množství psů se zkouškami relativně vysoké.

Další součástí práce byla analýza konkurence, kdy při průzkumu trhu České republiky ohledně loveckého výcviku se zjistilo, že se nedá dohledat přesné množství subjektů zabývajících se přímo loveckým výcvikem, nicméně jsou jich desítky na rozdíl od klasických výcvikových zařízení, kde se dají najít stovky podnikatelských subjektů po celé ČR. Autorka práce si udělala na internetu průzkum a popsala 9 podnikatelských subjektů, které působí v České republice a nabízí výcvik zaměřený na lovecká plemena psů.

Součástí analytické části práce je PEST analýza popisující politicko-legislativní faktory ovlivňující podnikání v České republice, ekonomické faktory zahrnující inflaci, HDP, minimální mzdu atd. autorka diplomové práce shledala jako příliš neovlivňující podnikání vzhledem ke zkoumanému odvětví-výcviku loveckých psů. V sociokulturních faktorech byl analyzován počet obyvatel Zlínského kraje v letech 2014-2019, kdy podnikatelku zajímalo věkové rozhraní od 15 let (respektive od 16 let), vzhledem k tomu, že vůdce loveckého psa musí být starší 16 let, nicméně i mladší vůdce byl shledán jako potenciální zákazník, vzhledem k tomu, že na zkoušky se může připravit vůdce se svým psem i před stanovenou hranicí. Technologické faktory jsou v dnešní době velmi rychle rozvíjející se skupinou, kdy technologie napomáhá podnikatelům snad v každém odvětví podnikání (každý v dnešní době vlastní počítač, mobilní telefon aj.). Technologie při výcviku psa je hojně využívána ať už jde o GPS obojky, časomíry, nebo elektrické obojky, které autorka práce příliš nepodporuje.

Další částí je SWOT analýza, která zkoumá silné a slabé stránky podniku, jeho příležitosti a slabiny. Za silné stránky je v práci považován individuální přístup ke každému zákazníkovi, nízké náklady na provoz podniku, specializovaný výcvik zaměřený na lovecká plemena psů a nabízené doplňkové služby. Slabinami byla shledána nutnost vynaložení počátečních výdajů na nákup potřebného vybavení, nutnost výcvikáře neustále se vzdělávat a přizpůsobit každý výcvik jinému charakteru psa, tzn. že výcvikář nemůže uplatnit naučené postupy u každého psa totožně a určité úkony mohou prodloužit časový plán tréninku.

Příležitostí pro nově vznikající firmu je to, že podnikatelka může nabídnout příznivé ceny vzhledem k tomu, že po průzkumu bylo zjištěno, že na trhu není příliš mnoho dohledatelných podnikatelských subjektů a možnost nabízet služby po celé České republice. Zásadní hrozbou je nízký zájem potenciálních zákazníků, zvýšení počtu konkurentů na trhu, lepší služby nabízené konkurenty a nižší ceny konkurence.

13 PROJEKT ZALOŽENÍ FIRMY V OBLASTI VÝCVIKU LOVECKÝCH PSŮ

Nově vznikající firma bude mít zázemí a sídlo v obci Žlutava na soukromém pozemku, který je ve vlastnictví majitelky firmy. Není tudíž nutno shánět pozemky k pronájmu, nebo prodeji, což urychlí čas realizace projektu a také značně sníží náklady. Toto podnikání nebude sloužit jako hlavní zdroj obživy a je bráno jako vedlejší příjem. Pokud by firma měla vyšší počet zákazníků, než očekává a zákazníci by službu neustále poptávali v dostatečném počtu, bylo by uvažováno o přehodnocení původního rozhodnutí, a podnikání v této oblasti služeb by se stalo hlavním příjmem.

13.1 Identifikační údaje nové firmy:

Obchodní firma: Výcvik loveckých psů-Veronika Ferbasová

Sídlo: Žlutava 215, Žlutava

Právní forma: Živnost volná-Chov zvířat a jejich výcvik (s výjimkou živočišné výroby).

Přestože jedna z nejpoužívanějších právních forem je společnost s ručením omezeným, zakladatelka se rozhodla pro svůj podnik využít živnost volnou: Chov zvířat a jejich výcvik (s výjimkou živočišné výroby), jelikož podnik nebude ze začátku považován za hlavní příjem podnikatelky, ale pouze příjmem vedlejším. Postupem času, pokud by byl podnik výdělečný, podnikatelka by zvážila změnu tohoto počátečního rozhodnutí.

13.2 Cíl projektu

Cílem práce je vytvoření podnikatelského plánu, který je reálně uplatnitelný v dnešní společnosti, životaschopný a výdělečný. Pomocí teoretické části, která popisovala formy podnikání v České republice, základní náležitosti a zásady tvorby podnikatelského plánu a definice analýzy SWOT a PEST bude za pomoci analytického oddílu praktické části práce tohoto cíle dosaženo.

13.3 Navrhované logo firmy

Každá firma by měla mít své logo, díky němuž se vizuálně dostane potenciálním zákazníkům do podvědomí. Návrh loga je ukázán na obrázku níže (Obr. 2).

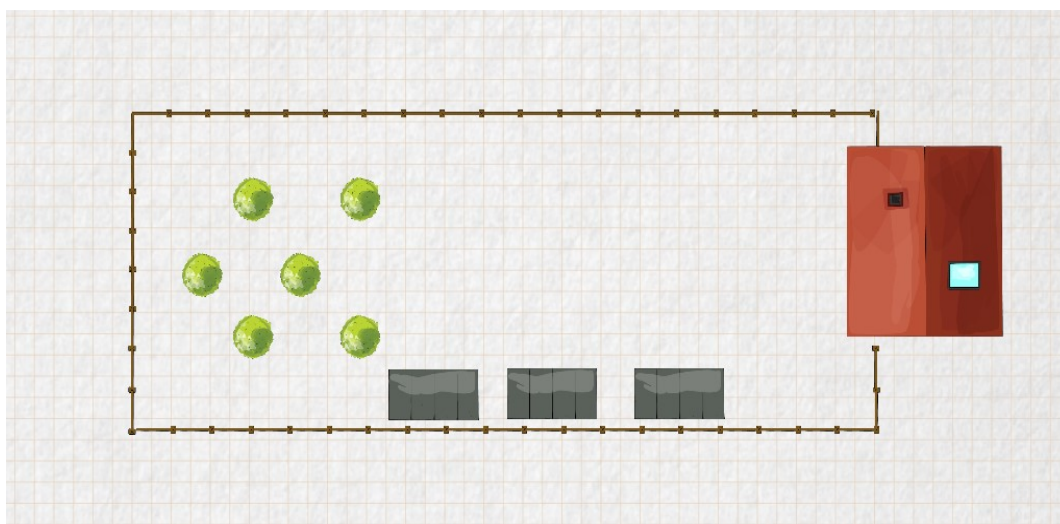


Obrázek 2 Logo firmy (parohatá reklamka)

Nově navrhované logo pro firmu Výcvik loveckých psů-Veronika Ferbasová bylo navrženo ve spolupráci s lokální firmou Parohatá reklamka. Parohatá reklamka také bude navrhovat a tisknout letáky a vizitky pro zviditelnění nové firmy například na kynologických a mysliveckých akcích, kterých se podnikatelka často účastní. Vzhledem k tomu, že ne každý kynolog využívá internet a sociální sítě, je zapotřebí mít zajištěnou reklamu i jiným způsobem než pouze pomocí informačních technologií.

13.4 Předpokládaný vzhled a lokace objektu

Jak již bylo výše napsáno, firma se bude lokalizovat na pozemcích majitelky firmy v obci Žlutava u Napajedel.



Obrázek 3 Vzhled objektu (Vlastní zpracování)

Na pozemku budou postaveny dva kotce pro bezpečí a odpočinek cvičených psů (popřípadě využívány při hlídání psů). Dva nové kotce budou navazovat na kotec stávající, kde má majitelka firmy ubytovány své tři psy. Na oploceném pozemku se tedy budou nacházet celkově tři velké kotce, které utvoří dostatečné zázemí a bezpečí všech přítomných psů.

Bezprostředně v okolí pozemku se nachází množství luk a polí, kde lze bez problémů psy trénovat, a proto není potřebné nijak složitě hledat prostory, které se dají pro různé typy výcviku využít. Pokud by ale bylo potřeba trénovat v jiné lokalitě, není problém se domluvit s okolím, jelikož je majitelka firmy myslivec, má kontakty ve všech okolních mysliveckých spolcích.

13.5 Potřebné vybavení pro plynulý chod firmy

V této podkapitole bude popsáno vybavení potřebné pro plynulý chod firmy. Vzhledem k situaci, že podnik bude nově založen a firma nedisponuje vším potřebným vybavením v dostatečném množství, bude nutné toto vybavení zakoupit před počátkem výcvikových lekcí, aby nenastala situace, že by byl trénink ohrožen nedostatečnou přípravou potřebných rekvizit.

- **Kotec a bouda**

Je potřeba nakoupit dva kotce, které zajistí bezpečí a prostor k odpočinku pro cvičené psy. Kotec byl vybrán základní 2x2 metry. Velikost postačí, jelikož se nejedná o kotce, které budou trvale obývané, není potřeba mít prostornější.

V kotci je samozřejmě nutnost mít boudu, kam se pes může schovat a odpočinout si. Jsou vybrány boudy dvou velikostí, jelikož každé plemeno má jinou potřebu prostoru. Bouda větší má rozměr 160x90x90cm, menší bouda 80x50x50cm. Boudy jsou izolovány a mají předsíň proti nepříznivým povětrnostním vlivům. (kotcepropsy.com, 2020)



Obrázek 4 Kotec (kotcepropsy.com, 2020)

- **Barvářská šňůra a obojek**

Důležitou položkou pro výcvik určitých disciplín je barvářská šňůra (6-10 m dlouhé vodítko) a speciální kožený obojek. Jde vlastně o vodítko, díky kterému může pes jít po stopě, aniž by jej vůdce ztratil z dohledu.



Obrázek 5 Barvářský obojek (elovec.cz, 2020)



Obrázek 6 Barvářské vodítko (elovec.cz, 2020)

- **Vypouštěcí vodítko a píšťalky**

Vodítko je potřebné pro každého kynologa, ať už se jedná o Yorkshirského teriéra, nebo Dogu. Vodítko zajišťuje psa v bezpečí a pod vlivem vůdce. Píšťalka je pro vůdce loveckého psa naprostou nezbytností. Každý pes si v průběhu výcviku zvykne na určitou píšťalku s určitou frekvencí a v případě, že se kynologické akce účastní více psů, za použití nacvičených signálů pes rozpozná svého vůdce na velkou vzdálenost.



Obrázek 7 Vodítko a píšťalka (elovec.cz, 2020)

- **DOGTRACE DOG GPS X30T**

Tento GPS obojek má při optimálních podmínkách dosah až 20 km, kdy vůdce může sledovat až 13 zařízení. Z družic získává vysílač polohu GPS a ta se pomocí radiofrekvenčního signálu vysílá do přijímače, který má psovod. Přijímač lze díky technologickým pokrokům spojit s telefonem či tabletem pro vyšší komfort vůdce.



Obrázek 8 GPS obojek (elovec.cz, 2020)

- **Klec do auta**

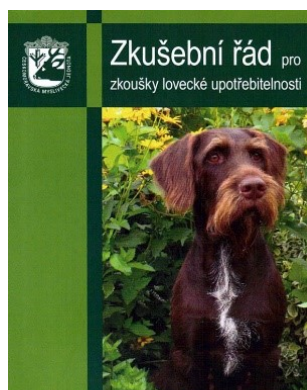
Pro bezpečné přesuny mezi výcvikovými stanovišti je vhodné mít v autě přepravní klec. Tato klec nejen poskytuje bezpečí v případě nehody, ale také chrání prostor auta před znečištěním, a pes si zde může v klidu odpočinout v případě, že zrovna netrénuje.



Obrázek 9 Klec do auta (elovec.cz, 2020)

- **Literatura**

Studovat literaturu je vhodné snad v každém oboru a v kynologii tomu není jinak. Základní literaturou pro lovecký výcvik psů je aktuální zkušební řád, kde se kynolog dozví zkušební postupy a podmínky každé disciplíny. Od 1. 1. 2020 vyšel v platnost aktualizovaný Zkušební řád pro zkoušky lovecké upotřebitelnosti.



Obrázek 10 Zkušební řád

- **Dummy**

Pro výcvik aportování zvěře je dobré, aby měl kynolog v mrazáku přichystáno několik kusů zamražené zvěře (liška, bažant, kačena), v případě, že kynolog spotřebuje své zásoby existují samozřejmě náhražky, které jsou při výcviku dostačující tzv. Dummy (aport, pešek). Tyto dummy mají různou váhu a velikost pro různé plemena psů, ale je také důležité váhu

i velikost přizpůsobit fázi výcviku. Existují různé druhy: plastové dummy, látkové dummy, kožešinové i s pravým peřím.



Obrázek 11 Výcvikové Dummy (bracco.cz, 2020)

- **Mražená (živá) zvěř a barva (krev) k výcviku**

Velmi důležitou náplní výcviku a přípravy loveckého psa ke zkouškám lovecké upotřebitelnosti je výcvik s živou (nebo mraženou) zvěří, na které si pes vyzkouší reálný pach, který se naučí rozpoznávat a vyhledávat. K výcviku se využívá například zajíc polní, kachna divoká, bažant obecný, liška obecná, prase divoké. Barva (krev) je také důležitá při tréninku psa na dosledování postřelené nebo zhaslé (usmrčené) zvěře.

14 CÍLOVÉ SKUPINY ZÁKAZNÍKŮ

Za cílovou skupinu zákazníků se v tomto případě považují všichni majitelé loveckých plemen psů. Jak si spousta lidí neuvědomuje, lovecké plemeno je i například jezevčík, který je velmi oblíbený u obyvatel důchodového věku, tudíž pojem lovecké plemeno obsahuje opravdu velké množství plemen. Základní výcvik pro každé plemeno psů je snad minimálním základem, nicméně snad všichni psi mají v sobě zabudovány lovecké pudy. Problém se psem, který má lovecké pudy, ale není dostatečně vycvičený nastává zejména, když jsou majitelé se svým psem na procházce v lese a na loukách v období jara, kdy lesní zvěř rodí svá mláďata. Pokud majitel nemá svého psa v dostatečném vlivu, spousta mláďat bohužel uhynie.

Vůdce loveckého psa nemusí být pouze myslivec, ale každý, kdo chce svému psovi dopřát při výcviku zpestření a vyhovět základním a přirozeným pudům psa, jelikož spousta psů tato „práce“ baví. Samozřejmě i spousta myslivců se výcviků účastní, jelikož si pořídí psa, ale zkušenosti s výcvikem nemají, nebo potřebují s něčím poradit. Existuje ale i spousta vůdců, kteří se výcviků a výcvikových akcí (víkendovka, tábor) účastní opakovaně, jelikož se se svým psem chtějí zdokonalovat a také utužovat přátelství s ostatními vůdci se kterými se pravidelně na takových akcích potkávají. Další skupinou může být majitel loveckého plemene, u kterého je uchovnění podmíněno splněním základních zkoušek, tudíž se specializovaného výcviku pod vedením výcvikáře ve většině případů vůdci nevyhnou, jelikož „laik“ nemá mnohdy potřebné vybavení, ani zkušenosti s tímto druhem výcviku.

Potenciální zákazník lze rozdělit například následovně:

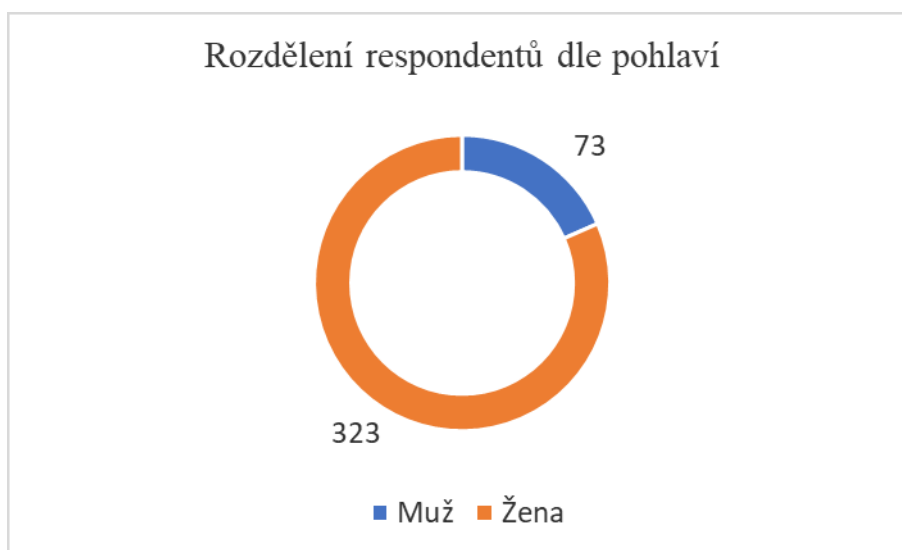
- Vůdce potřebuje uchovnit svého psa a podmínkou jsou zkoušky,
- vůdce je myslivec a po pořízení psa potřebuje s výcvikem pomoc,
- vůdce není myslivec, ale chce se svým psem chodit na myslivecké akce (hon, nahánka na černou zvěř atd.),
- vůdce se chce se svým psem zdokonalovat (myslivec i občan, který myslivec není) a rád navštěvuje výcvikové víkendy/tábory atd.

15 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

V této části práce je vyhodnocen dotazník, který byl distribuován pomocí internetu-přesněji pomocí sociálních sítí, jelikož byl shledán tento typ distribuce za nejrychlejší s potenciálem získání velkého množství odpovědí respondentů. Dotazník byl distribuován na Facebooku ve skupinách, které se orientují na vlastníky psů. V průběhu července na dotazník odpovědělo přibližně 400 respondentů, a poté byl sběr dat pro toto dotazníkové šetření ukončen. Návratnost dotazníku neboli response rate v tomto případě vypočítat nelze, jelikož skupiny na Facebooku mají několikatisícové množství členů, kdy uživatelé bývají i v několika skupinách zároveň. Zároveň není možné zjistit, kolik uživatelů dotazník vidělo a kolik uživatelů dotazník nezaznamenalo.

Pohlaví

První otázkou dotazníku bylo určení pohlaví respondentů a tím zjištění, kolik z odpovídajících je ženského a kolik mužského pohlaví.



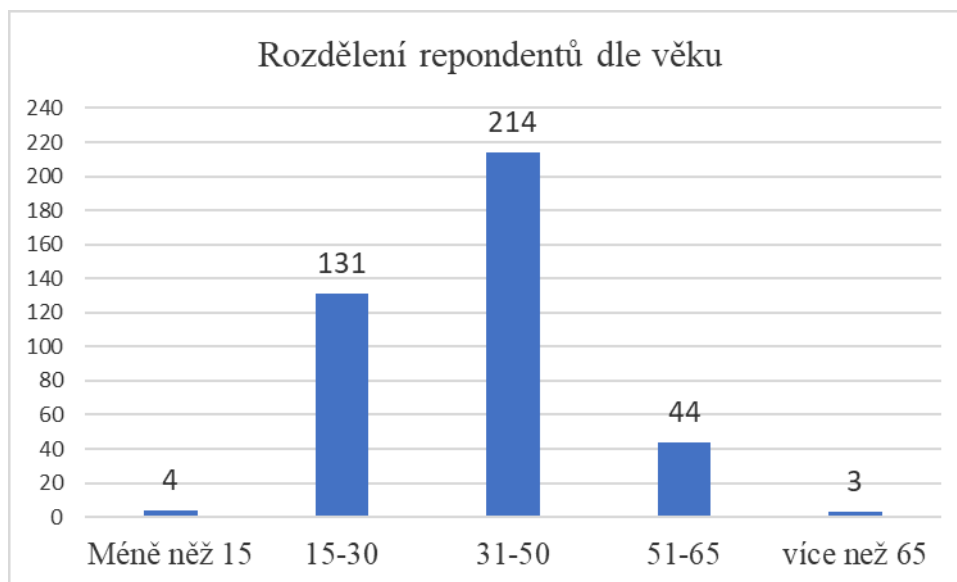
Graf 1 Rozdělení dle pohlaví (vlastní zpracování)

Na otázku odpovědělo 396 respondentů a z toho 323 respondentů bylo ženského a 73 respondentů bylo mužského pohlaví. Z celkového množství bylo tedy 81,6 % žen a 18,4 % mužů.

Věk

Následovala otázka pro rozdělení do věkových skupin respondentů. Pro potřeby podnikání v oboru nás zajímá zejména věk od 16 let, jelikož na zkouškách pro loveckou upotřebitelnost

psů musí být vůdce starší 16 let, nicméně připravovat na zkoušky se samozřejmě může i mladší vůdce.



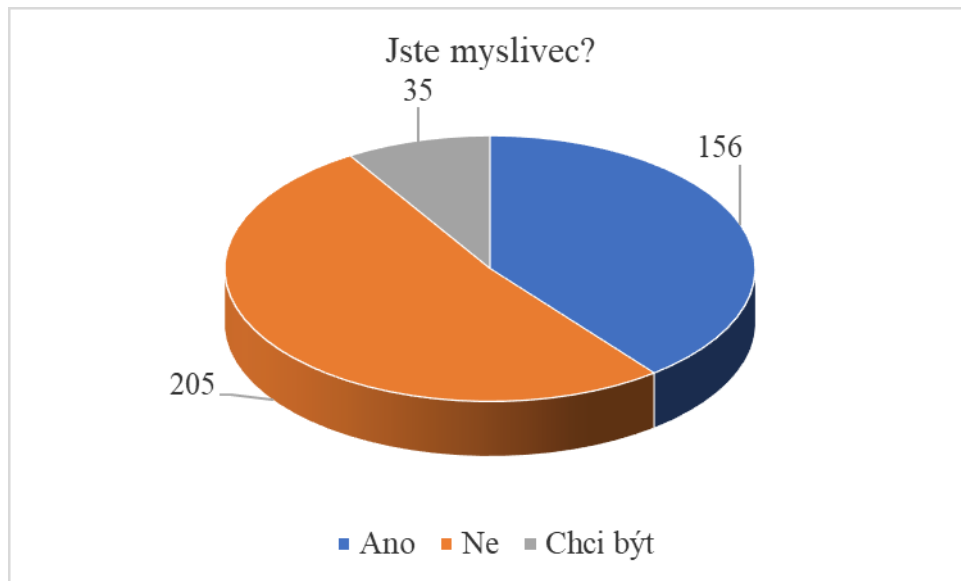
Graf 2 Rozdělení dle věku (vlastní zpracování)

Rozdělení do věkových skupin bylo následující:

- Méně než 15 let měli 4 respondenti. Tito respondenti sice nemohou být vůdci psa na zkouškách, dokud nedosáhnou věku 16 let, nicméně se na zkoušky se svým psem samozřejmě mohou připravovat již v tomto věku.
- Do věkové hranice 15-30 let se zařadilo celkově 131 respondentů z 396 dotazovaných, což je 33, 1 %.
- Hranici 31-50 let odpovídělo 214 osob, což je věková hranice, která je nejvíce početná (54 %).
- Věk 51-65 let uvedlo 44 respondentů (11, 1 %).
- Více než 65 let měli pouze 3 respondenti.

Jste myslivec?

Jelikož se jedná o lovecká plemena psů, další otázka zněla, jestli je respondent myslivec, nebo není. Lovecké plemeno samozřejmě může být vlastněno i majitelem, který myslivec není, jelikož mezi lovecká plemena se řadí i spousta plemen, která jsou oblíbená jako rodná, například Labradorský retriever, Jezevčík aj.

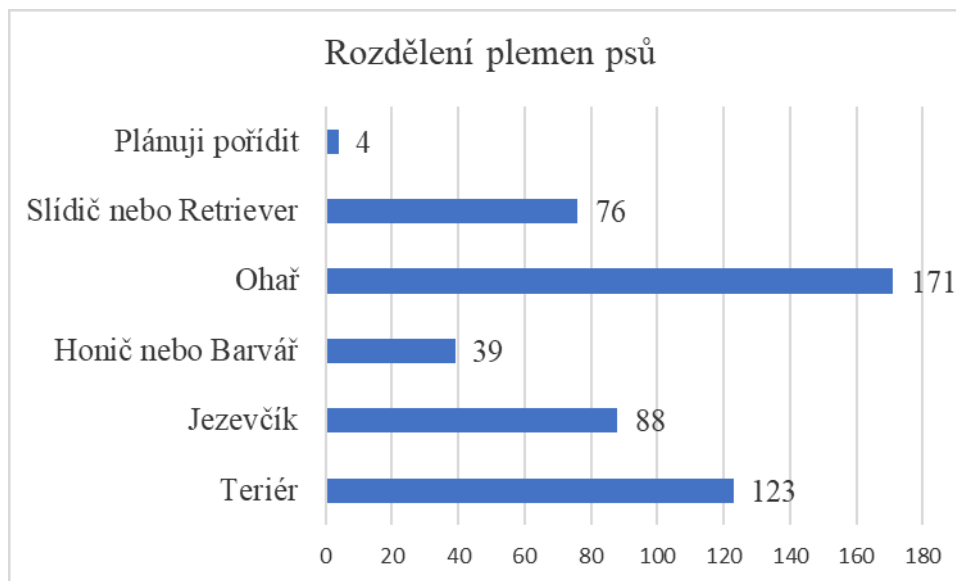


Graf 3 Rozdělení na myslivce a obyvatele bez mysliveckých zkoušek (vlastní zpracování)

Na otázku, jestli je respondent myslivec z celkových 396 je 51,2 % odpovědí kladných (205 respondentů), 156 odpovědí je záporných (39,4 %) a myslivcem se chce stát 35 respondentů. Z grafu je tedy patrné, že více než polovina respondentů se věnuje myslivosti a předpokládá se, že i se svým psem.

Lovecké plemeno

Další podstatnou otázkou dotazníkového šetření bylo rozdělení podle plemen psů, které respondenti vlastní. Na výběr bylo 6 možných variant: Teriér, Jezevčík, Honič nebo Barvář, Ohař, skupina Slídičů nebo Retrieverů, a poslední možnou odpovědí bylo, že respondent má teprve v plánu lovecké plemeno pořídit.



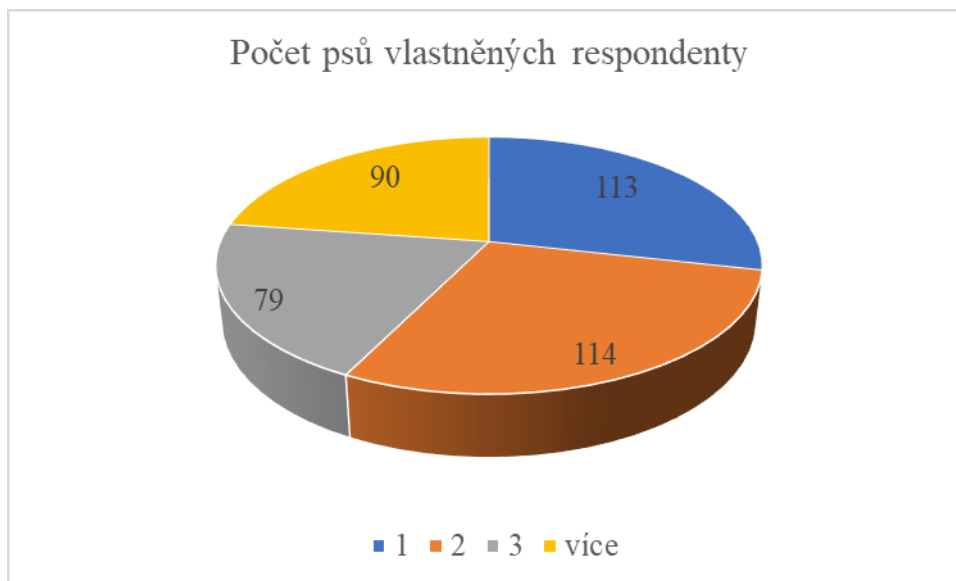
Graf 4 Plemena vlastněná respondenty (vlastní zpracování)

Po celkovém součtu odpovědí bylo zjištěno, že celkem je respondenty vlastněno 501 psů, jelikož otázka mohla mít i více odpovědí, tzn., že někteří respondenti vlastní i několik plemen loveckých psů zároveň. V dnešní době to není nic neobvyklého, jelikož vůdce, který vlastní několik plemen je více variabilní a může se zúčastnit více druhů kynologických akcí se svým psem. Jak bylo již v práci napsáno ohař například nemůže norovat lišky a jezevce, ale pokud vůdce vlastní i ohaře i teriéra rozsah jeho možností práce se psem je větší.

Nejvíce zastoupenou skupinou jsou ohaři, kteří jsou cvičeni na vyhledávání a vystavení zvěře a přinášení drobné zvěře. Dle počtu následují teriéři, kteří jsou s ohledem na práci všestranní (mohou norovat, přinášet drobnou zvěř, ale také se účastnit naháněk na zvěř černou). Jezevčíci jsou zastoupeni v počtu 88 psů, slídiči a retrieveri v počtu 76 psů a honičů a barvářů je dle průzkumu 39. Lovecké plemeno zatím podle průzkumu nevlastní 4 lidé.

Počet psů

Jak bylo zmíněno výše, několik respondentů podle průzkumu vlastní více psů. V grafu níže je rozdělení, kolik psů každý odpovídající vlastní.



Graf 5 Počet psů vlastněných respondenty (vlastní zpracování)

Z grafu lze vyčíst, že 114 (28,8 %) respondentů vlastní dva psy, jednoho psa vlastní 113 lidí (28,5 %), tři psy má doma 79 respondentů (19,9 %) a více než 3 psy vlastní dokonce 90 odpovídajících (22,7 %).

Jaký důvod by Vás vedl k výcviku Vašeho psa?

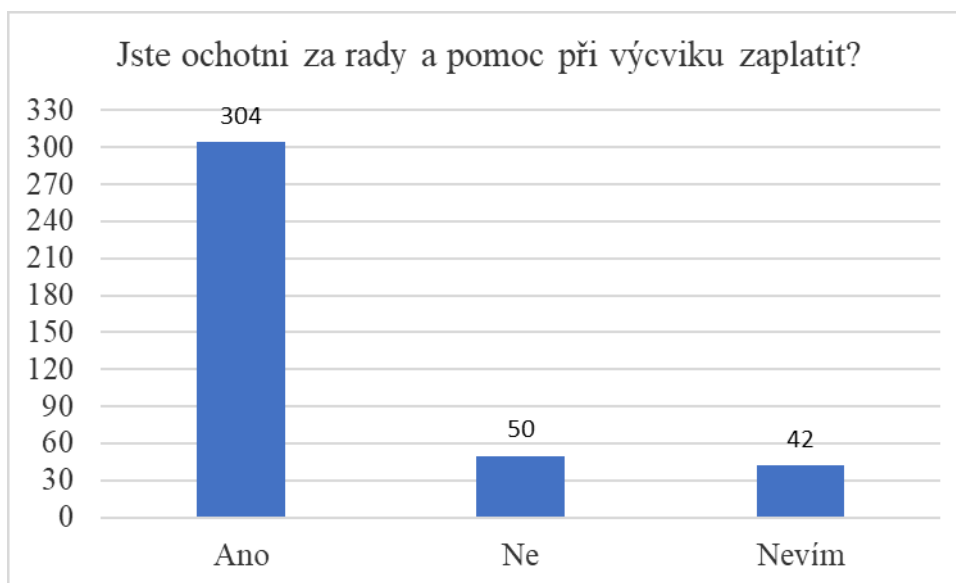
Mezi nejčastější odpovědi k této otázce patří:

- Myslivost,
- lovecká upotřebitelnost psa,
- poslušnost,
- uchovnění,
- rozvoj přirozených pudů psa,
- potřeba zkoušky pro šampionát,
- psa baví práce,
- dobrá prezentace plemene,
- využití v praxi,
- řešení problémů,
- soutěže.

Jste ochotni za rady a pomoc při výcviku zaplatit?

Další otázkou, která je důležitá pro budoucí podnikání je otázka, zda je vůdce ochoten za výcvik u výcvikáře zaplatit. Pokud by žádný z respondentů nebyl ochoten za nabízené

služby zaplatit, asi by se musela podnikatelka zamyslet, jestli má takové podnikání vůbec smysl realizovat.

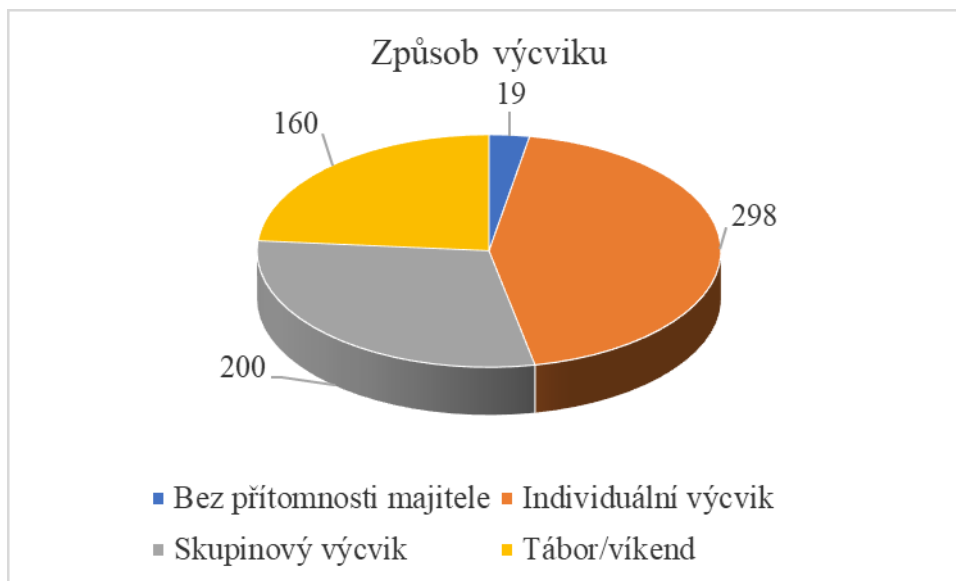


Graf 6 Ochota zaplatit za výcvik (vlastní zpracování)

Za rady a pomoc při výcviku loveckého plemene je ochotno zaplatit 76,8 % respondentů. 12,6 % odpovídajících není ochotno platit a 10,6 % lidí si není jisto odpovědí a zadali možnost neurčitou.

Jaký způsob výcviku byste využili?

Je několik druhů výcviku, který podnikatelka nabízí: pes se může cvičit bez přítomnosti majitele a výcvikář připraví psa na zkoušky zcela sám, může být nabídnut individuální výcvik pro jednoho vůdce a jeho psa/ psy, další možností je skupinový výcvik, kterého se účastní více vůdců a v poslední řadě je uspořádání výcvikového tábora (víkendy).



Graf 7 Poptávaný způsob výcviku (vlastní zpracování)

Z grafu je patrné, že nejvíce vůdců by preferovalo individuální výcvik, kterého by se zúčastnili sami pouze se svým psem/psy. Další hojně využívanou službou by byl skupinový výcvik. Přibližně 40 % dotazovaných by se zajímalo o možnost víkendového výcviku/ tábora a nejméně využívanou službou by byl výcvik psa bez přítomnosti majitele. Z počtu odpovědí lze vyčíst, že někteří respondenti by využili více možností nabízených služeb.

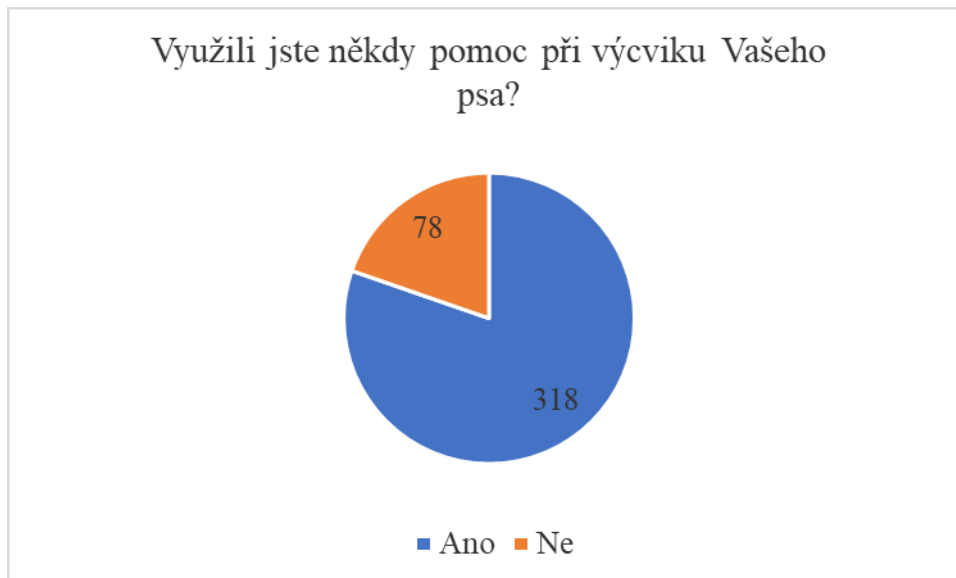
Co očekáváte od výcvikových lekcí vedených výcvikářem?

Typ této otázky byl otevřený, tudíž je vybráno několik nejčastějších odpovědí respondentů:

- Rady,
- zkušenosti,
- individuální přístup,
- korekce naučených chyb,
- nové zkušenosti a poznatky, pokrok,
- přípravu na zkoušky,
- socializace,
- poslušnost,
- rady pro výcvik v domácím prostředí,
- normální přístup bez agrese, porozumění psovi a vůdci.

Využili jste někdy pomoc při výcviku Vašeho psa?

Otázka měla zobrazit množství vůdců, kteří již v minulosti využili služby u potenciálních konkurentů nově vznikající firmy.

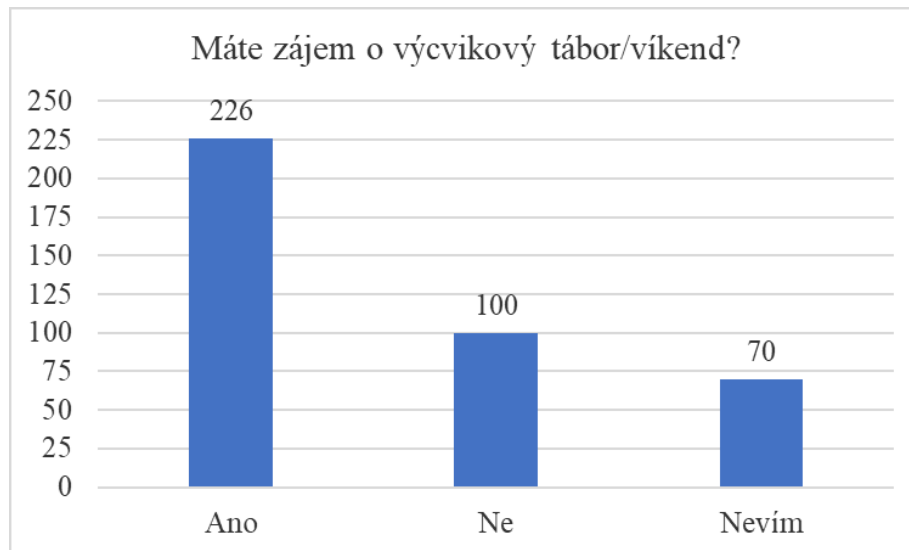


Graf 8 Využití pomoci při výcviku v minulosti (vlastní zpracování)

Z 396 odpovědí drtivá většina respondentů již v minulosti využila pomoc při výcviku svého loveckého psa. Pokud již v minulosti využili službu je pravděpodobné, že by v případě potřeby znovu tuto možnost zvážili.

Měli byste zájem o výcvikový víkend / tábor se zaměřením na lovecký výcvik? (přizpůsobeno plemenům)

Lovecký výcvik musí být přizpůsoben psům vzhledem k tomu, že na každý druh tréninku (zkoušku) jsou na určitá plemena kladeny jiné požadavky. Při výcviku jezevčíků a teriérů je například důležitý přístup k umělé noře, naopak při tréninku ohařů, slídičů a retrieverů je důležitý přístup ke zvěři ať už mražené, nebo živé.



Graf 9 Zájem respondentů o tábor/víkend (vlastní zpracování)

Většina respondentů by v budoucnu měla zájem zúčastnit se výcvikového víkendu/tábora (57,1 %), množství záporných, nebo neutrálních odpovědí jsou poměrně vyrovnané.

Měli byste zájem o individuální lovecký výcvik Vašeho psa (v okolí Zlína)?

Důležitou otázkou dotazníku z hlediska budoucího podnikání je zájem potenciálních zákazníků o služby ve Zlínském kraji.

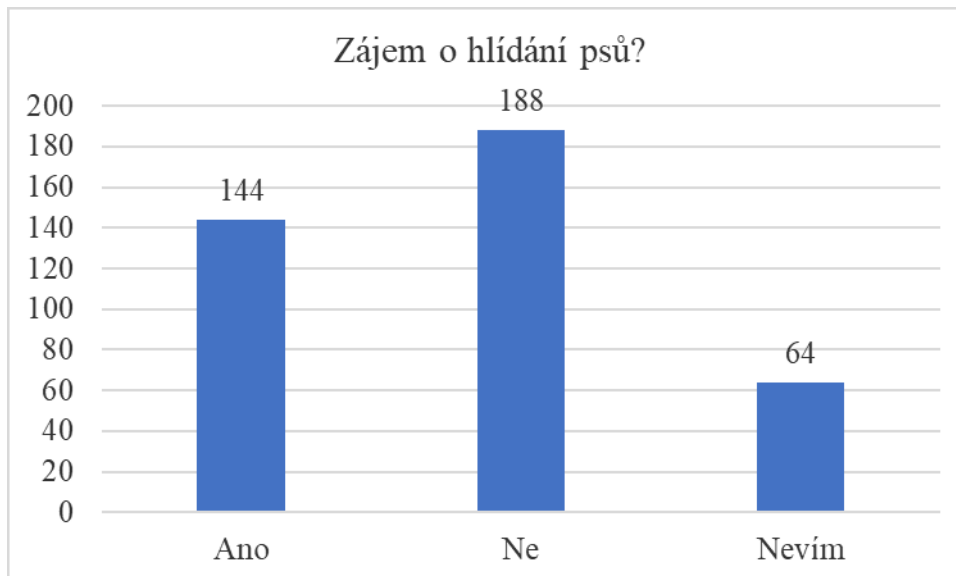


Graf 10 Zájem o výcvik ve Zlínském kraji (vlastní zpracování)

Z grafu lze vyčíst, že většina respondentů odpověděla negativně na otázku ohledně zájmu o výcvik ve Zlínském kraji, podnikatelka ale i přesto shledává tuto odpověď kladnou, jelikož by získala potenciálních 53 zákazníků, což by bylo pro začínající firmu velmi kladné množství.

Využili byste službu hlídání psů v případě potřeby?

Jednou z doplňkových služeb by bylo krátkodobé hlídání psů zejména pro stávající zákazníky.

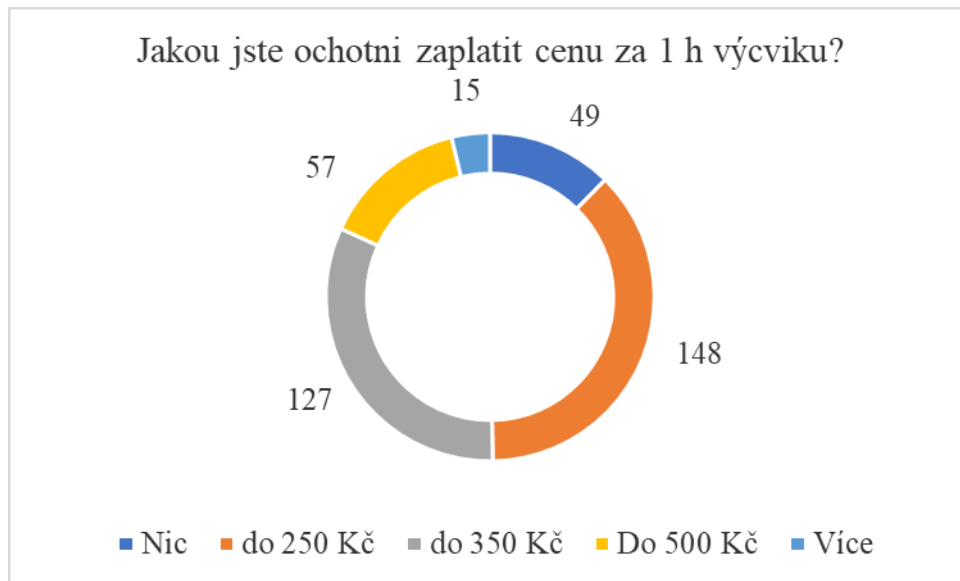


Graf 11 Zájem o hlídací služby (vlastní zpracování)

Počet kladných odpovědí je 144 (36,4 %) a počet respondentů, kteří by službu nevyužili je 188 a 64 odpovědí v dotazníku bylo neutrálních.

Kolik jste ochotni zaplatit za výcvikovou lekci (cca 1 hod)?

Asi jednou z nejdůležitějších otázek v dotazníkovém šetření je orientační cena, kterou jsou potenciální zákazníci ochotni zaplatit za výcvikovou lekci vedenou výcvikářem. Výcvik by byl samozřejmě uzpůsobený potřebám psa a čas by byl přizpůsoben náročnosti výcviku.



Graf 12 Průzkum ceny výcviku (vlastní zpracování)

Cena do 250 Kč se zdá adekvátní 148 respondentům, což je 37,4 %, o něco vyšší cena (do 350 Kč) se zdá v pořádku 127 lidem (32,1 %), 49 lidí z dotazovaných není ochotna zaplatit za výcvik. 57 respondentů je ochotna zaplatit do 500 Kč za lekci a 15 vůdců je ochotno zaplatit dokonce více, než uváděných 500 Kč.

Zhodnocení dotazníkového šetření

Data byla získána pomocí distribuce na sociální síti Facebook, vzhledem v předpokladu rychlého získání vysokého počtu odpovědí. Na dotazník odpovědělo téměř 400 respondentů, a byly zde uvedeny otázky typu: Kolik vlastníte psů? Jste žena/muž? Jaké plemeno loveckého psa vlastníte? Jste myslivec? Jste ochotni zaplatit za pomoc při výcviku? Atd.

Odpovědi zadavatelku dotazníku uspokojily a podnikatelka zjistila velké množství potřebných informací, jako je například cena, kterou jsou respondenti ochotni zaplatit za výcvik psa. Další podstatnou informací je to, že někteří respondenti by byli ochotni se zúčastnit výcviku loveckého psa ve Zlínském kraji, což z respondentů dělá potenciální zákazníky nového podniku. Z dotazníkového šetření vyplývá i to, že by byl zájem o doplňkovou službu krátkodobého hlídání psů. Na základě dotazníkového šetření podnikatelka shledává, že zakládaný podnik by na trhu měl své místo a počet potenciálních zákazníků by byl na začátku podnikání uspokojivý. Otázky dotazníku jsou k nahlédnutí v příloze P I.

16 FINANČNÍ STRÁNKA PROJEKTU

Každá firma potřebuje základní kapitál na nákup potřebného vybavení pro zajištění plynulého chodu firmy. Nejprve je nutné sestavit tabulku s výčtem počátečních investic, následně je na zakladatelce firmy, aby zvážila, jakým způsobem bude nová firma financována.

16.1.1 Odhad výdajů na počátku podnikání

V podkapitole „odhad výdajů“ bude pro lepší přehlednost umístěna tabulka, která znázorňuje výdaje vynaložené na nákup nezbytného vybavení pro výcvik loveckých psů jako jsou kotce, boudy, speciální vodítka a obojky, výcvikové píšťalky, nezbytná klec do auta pro bezpečný převoz psů na místo výcviku, GPS obojek, výcvikové dummy, mražená zvěř aj. Vyčísleny jsou i výdaje na výrobu loga, které na zakázku vytvořila místní firma Parohatá reklamka stejně jako zajistí výrobu a tisk propagačních vizitek a letáků.

Tabulka 12 Počáteční výdaje (vlastní zpracování)

Položka	Počet kusů	Cena za jednotku (Kč)	Celková cena (Kč)
Kotec pro psy	2	18 392	36 784
Bouda 80x50x50	1	3 872	3 872
Bouda 160x90x90	1	8 954	8 954
Barvářská šňůra	1	520	520
Barvářský obojek	1	450	450
Vypouštěcí vodítko	2	350	700
Klec do auta	1	2 650	2 650
Stopařské boty	1	1 280	1 280
Píšťalka	3	250	750
Dogtrace dog GPS X30T	1	15 990	15 990
Zkušební řád pro zkoušky	1	139	139
Dummy bažant	1	769	769
Dummy kožešina	1	439	439
Výroba loga	1	4 235	4 235
Výroba letáků A5	500	2,344	1 172
Výroba letáků A6	500	1,910	955
Výroba vizitek	500	1,848	924
Kačer divoký mražený	5	250	1 250
Bažant mražený	5	200	1 000
Králík mražený	5	400	2 000
Celkem	x	x	84 833

V tabulce (Tab. 12) jsou vyčísleny výdaje na potřebné vybavení před zahájením výcviku ve výši 84 833 Kč, nicméně zde nemůžeme zapomenout na další důležitou položku, kterou je nutno uhradit již při zakládání firmy a to je 1 000 Kč, což je správní poplatek, který se platí při založení živnosti. Dalším počátečním výdajem jsou 3 000 Kč na kancelářské potřeby a 1 000 Kč na nákup odměn pro psy. Celkové počáteční výdaje jsou 89 833 Kč.

16.1.2 Financování

Každý podnikatel musí promyslet, jestli má dostatečnou rezervu ve vlastním kapitálu, nebo bude muset žádat o bankovní úvěr, kdy se vypůjčená částka zvyšuje o úroky. V předchozí podkapitole je uvedena tabulka s předpokládanými náklady, které je nutné vynaložit na počátku podnikání. Zakladatelka tohoto projektu se rozhodla, že pokud bude částka na vybavení firmy do výše 100 000 Kč, nebude uvažovat o bankovním úvěru a projekt by byl financován z vlastních zdrojů. Vzhledem k tomu, že potřebná částka pro nákup vybavení a další počáteční výdaje byla vypočítána na 89 833 Kč, čímž bylo zjištěno, že počáteční investice není příliš vysoká, podnikatelka se rozhodla financovat počáteční náklady z vlastních zdrojů. Předejde tak zbytečnému zadlužení již při startu firmy a v případě, že by nebyla ihned z počátku firma výdělečná tak jak zakladatelka plánuje, nehrozí insolvence, která by firmu již v počátku podnikatelské činnosti přivedla do nepříjemné situace.

16.1.3 Stanovení ceny

Cena jedné hodiny výcvikové lekce byla stanovena na základě dotazníkového šetření a analýzy konkurentů následovně:

Tabulka 13 Cena výcviku (vlastní zpracování)

Ceník	Cena v Kč/pes/ lekce	Doba trvání lekce (hod)
Nácvik aportů (dle použité zvěře)	200-400	1
Individuální příprava ke zkouškám	350	1
Hlídní psů (den)	250	1
Příprava na výstavu	150	1
Skupinová lekce	150	1

Cena vždy závisí na čistém času trvání lekce, kdy například v létě je nutností, aby měl pes více odpočinku na ochlazení a regeneraci. Při nácviku aportů záleží na tom, zda je použita zvěř (a na druhu zvěře), nebo je využita náhrada (dummy).

16.1.4 Plánovaný počet klientů a plán příjmů

V návaznost na stanovenou cenu je nyní zapotřebí vytvořit plán tržeb. Podnikatelka musí počítat s variantou, že na začátku své podnikatelské činnosti nemusí být o nabízené služby vysoký zájem, a proto není vhodné na začátku počítat s extrémním výdělkem. Předpokládaný meziroční nárůst klientů v roce 2022 je 10 % a v roce 2023 nárůst o 20 % oproti prvnímu roku podnikání.

Podnikatelka se rozhodla ve finančním plánu vytvořit 3 varianty: pesimistickou, neutrální a optimistickou. Tyto varianty se liší počtem klientů, s čímž je spojen rozdíl v plánovaných příjmech a plánovaném zisku. Výchozí předpokládanou situací je varianta neutrální. Optimistická verze značí o 15 % vyšší počet klientů než při neutrální verzi a pesimistická verze znamená nižší počet klientů o 30 %.

Neutrální varianta:

Tabulka 14 Předpokládaný počet klientů neutrální varianta (vlastní zpracování)

Neutrální varianta počet klientů	Rok		
	2021	2022	2023
Nácvik aportů (dle použité zvěře)	85	94	102
Individuální příprava ke zkouškám	71	78	85
Hlídní psů (den)	14	15	17
Skupinová lekce	100	110	120
Celkem	270	297	324

V roce 2021 je předpokládaný počet klientů 270, s nárůstem o 10 % je v roce 2022 předpokládaný počet zákazníků 297 a ve třetím roce podnikání 324 klientů s nárůstem o 20 %.

Tabulka 15 Předpokládané příjmy neutrální varianta (vlastní zpracování)

Předpokládané příjmy neutrální varianta	Rok		
	2021	2022	2023
Nácvik aportů (dle použité zvěře)	25 500 Kč	28 200 Kč	30 600 Kč
Individuální příprava ke zkouškám	24 850 Kč	27 300 Kč	29 750 Kč
Hlídní psů (den)	3 500 Kč	3 750 Kč	4 250 Kč
Skupinová lekce	15 000 Kč	16 500 Kč	18 000 Kč
Celkem	68 850 Kč	75 750 Kč	82 600 Kč

Při neutrální verzi je předpokládán celkový příjem za rok 2021 ve výši 68 850 Kč v prvním roce podnikání. Ve druhém roce podnikání s meziročním nárůstem o 10 % je výše příjmů

stanovena na 75 750 Kč a v posledním sledovaném roce s nárůstem o 20 % je výše celkového příjmu 82 600 Kč.

Pesimistická varianta:

Tabulka 16 Předpokládaný počet klientů pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Pesimistická varianta počet klientů	Rok		
	2021	2022	2023
Nácvik aportů (dle použité zvěře)	60	66	72
Individuální příprava ke zkouškám	50	55	60
Hlídní psů (den)	10	11	12
Skupinová lekce	70	77	84
Celkem	190	209	228

Při pesimistické variantě je předpokládán pokles počtu zákazníků oproti neutrální variantě o 30 %. Podnikatelka předpokládá při pesimistické variantě, že v prvním roce podnikatelské činnosti využije službu výcviku aportů 60 klientů a u individuální přípravy na zkoušky se předpokládá 50 klientů v prvním roce. Menší počet klientů (10) předpokládá u využití služby hlídání psů. V roce 2022 podnikatelka počítá s 10% nárůstem oproti předchozímu roku. Počet klientů při nácviku aportů by bylo v tomto případě 66. V roce 2023 je počítáno s nárůstem počtu klientů oproti roku 2021 o 20 %. Celkový počet klientů je 190 klientů v roce 2021, 209 klientů v roce 2022 a ve třetím roce podnikání je celkový počet klientů při pesimistické variantě odhadován na 228.

Tabulka 17 Předpokládané příjmy pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Předpokládané příjmy pesimistická varianta	Rok		
	2021	2022	2023
Nácvik aportů (dle použité zvěře)	18 000 Kč	19 800 Kč	21 600 Kč
Individuální příprava ke zkouškám	17 500 Kč	19 250 Kč	21 000 Kč
Hlídní psů (den)	2 500 Kč	2 750 Kč	3 000 Kč
Skupinová lekce	10 500 Kč	11 550 Kč	12 600 Kč
Celkem	48 500 Kč	53 350 Kč	58 200 Kč

V tabulce výše (Tab. 17) jsou vyčísleny předpokládané příjmy za rok 2021, rok 2022 a rok 2023 při znázornění pesimistické varianty. Cena u nácviků aportů byla zprůměrována (300 Kč) a skutečná cena bude vyčíslena na základě potřeb klienta individuálně. Za daných predikcí je předpokládaný příjem v roce 2021 vyčíslen na 48 500 Kč, v druhém roce podnikání (2022) je předpokládaný příjem 53 350 Kč a v roce 2023 s 20 % nárůstem klientely je předpokládaný příjem vypočítán na 58 200 Kč.

Optimistická varianta:

Tabulka 18 Předpokládaný počet klientů optimistická varianta (vlastní zpracování)

Optimistická varianta počet klientů	Rok		
	2021	2022	2023
Nácvik aportů (dle použité zvěře)	98	108	118
Individuální příprava ke zkouškám	82	90	99
Hlídní psů (den)	16	18	19
Skupinová lekce	115	127	138
Celkem	311	343	374

Při optimistické variantě je předpokládán nárůst počtu klientů o 15 % oproti variantě neutrální. Meziroční nárůst klientů je pak opět modelován stejně: 10 % ve druhém roce podnikání a 20 % ve třetím roce podnikání. Celkový počet klientů při optimistické verzi je znázorněn v tabulce (Tab. 18).

Tabulka 19 Předpokládané příjmy optimistická varianta (vlastní zpracování)

Předpokládané příjmy optimistická varianta	Rok		
	2021	2022	2023
Nácvik aportů (dle použité zvěře)	29 400 Kč	32 400 Kč	35 400 Kč
Individuální příprava ke zkouškám	29 750 Kč	31 500 Kč	34 650 Kč
Hlídní psů (den)	4 000 Kč	4 500 Kč	4 750 Kč
Skupinová lekce	17 250 Kč	19 050 Kč	20 700 Kč
Celkem	80 400 Kč	87 450 Kč	95 500 Kč

Při optimistické variantě jsou předpokládány příjmy v roce 2021 ve výši 80 400 Kč, v roce 2022 ve výši 87 450 Kč a ve třetím roce by byla výše příjmu 95 500 Kč.

16.1.5 Plánované výdaje

Plánované výdaje za jednotlivé roky a jednotlivé varianty jsou znázorněny v tabulkách níže. Výdaje zahrnují počáteční výdaje, které jsou uvedeny v kapitole (Kap. 16.1.1), výdaje na kancelářské potřeby, výdaje na nákup pamlsků pro psy, nákup zvěře pro výcvik, nové vybavení, výdaje na propagaci atd.

Tabulka 20 Výdaje neutrální varianta (vlastní zpracování)

Výdaje neutrální varianta			
Výdaj	2021	2022	2023
Počáteční výdaje	84 833 Kč		
Poplatek za založení živnosti	1 000 Kč		
Výdaje na kanc. potřeby, telefon aj.	3 000 Kč	3 500 Kč	5 000 Kč
Drobné výdaje na pamlsky	1 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Výdaje na nákup zvěře		2 500 Kč	5 000 Kč
Výdaje na vybavení			8 000 Kč
Výdaje na propagaci			2 500 Kč
Celkem	89 833 Kč	8 000 Kč	22 500 Kč

V tabulce (Tab. 20) jsou znázorněny výdaje, které jsou předpokládány v jednotlivých letech při neutrální variantě. V roce 2021 při neutrální variantě jsou výdaje předpokládány ve výši 89 833 Kč, v roce 2022 jsou stanoveny na 8 000 Kč a v roce 2023 jsou předpokládány ve výši 22 500 Kč. Nejvyšší částka je vyčíslena v prvním roce podnikání, jelikož počáteční výdaj na pořízení vybavení je nákladnější. Nejnižší částka je v roce 2022 z toho důvodu, že se předpokládají výdaje pouze na malé nákupy. V roce 2023 jsou výdaje opět vyšší kvůli předpokladu vynaložení peněžních prostředků na nové vybavení (z důvodu opotřebování a zničení) a propagační předměty.

Tabulka 21 Výdaje pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Výdaje pesimistická varianta			
Výdaj	2021	2022	2023
Počáteční výdaje	84 833 Kč		
Poplatek za založení živnosti	1 000 Kč		
Výdaje na kanc. potřeby, telefon aj.	3 000 Kč	3 000 Kč	4 000 Kč
Drobné výdaje na pamlsky	1 000 Kč	1 000 Kč	2 000 Kč
Výdaje na nákup zvěře		2 000 Kč	5 000 Kč
Výdaje na vybavení			8 000 Kč
Výdaje na propagaci			2 500 Kč
Celkem	89 833 Kč	6 000 Kč	21 500 Kč

Při pesimistické variantě jsou opět předpokládány výdaje v prvním roce podnikání v hodnotě 89 833 Kč, v roce 2022 jsou stanoveny na 6 000 Kč a v posledním roce na 21 500 Kč.

Tabulka 22 Výdaje optimistické varianta (vlastní zpracování)

Výdaje optimistická varianta			
Výdaj	2021	2022	2023
Počáteční výdaje	84 833 Kč		
Poplatek za založení živnosti	1 000 Kč		
Výdaje na kanc. potřeby, telefon aj.	3 000 Kč	3 500 Kč	5 000 Kč
Drobné výdaje na pamlsky	1 000 Kč	2 000 Kč	2 500 Kč
Výdaje na nákup zvěře		4 000 Kč	6 000 Kč
Výdaje na vybavení			8 000 Kč
Výdaje na propagaci			2 500 Kč
Celkem	89 833 Kč	9 500 Kč	24 000 Kč

V optimistické variantě jsou výdaje v roce 2021 stanoveny stejně jako v předchozích letech ve výši 89 833 Kč, v roce 2022 jsou předpokládány ve výši 9 500 Kč a v roce 2023 jsou stanoveny ve výši 24 000 Kč, jelikož se předpokládá nákup dalšího vybavení a zvýšení množství nákupu za mraženou zvěř, kancelářské potřeby, pamlsky aj.

16.1.6 Daňová evidence, výdajový paušál a výpočet daně

V návaznosti na odhad počtu zákazníků a celkových příjmu je odhadován také zisk v jednotlivých letech. Podnikatelka se rozhodla, že pro úplnou představu finanční stránky podniku bude vypočítána daň jak pomocí daňové evidence, tak i pomocí použití výdajového paušálu. Pokud se podnikatelka rozhodne využít daňovou evidenci, ale v následujících letech se bude jevit využití výdajového paušálu lepší variantou, může podnikatelka své rozhodnutí změnit za předpokladu, že k 31. 12. daného roku nebudou evidovány žádné nezaplacené pohledávky ani závazky. Živnost bude na počátku podnikání pouze vedlejším příjmem, proto podnikatelka slevy na dani uplatní při HPP. Pokud se podnikání postupem času bude jevit výhodně a kapacita služeb bude naplněna, podnikatelka bude uvažovat o tom, že živnost bude hlavním příjmem. Znázorněný zisk je opět ve 3 variantách.

Neutrální varianta:

Tabulka 23 Výpočet daně v roce 2021 neutrální varianta (vlastní zpracování)

2021 neutrální varianta			
Daňová evidence	Částka	Výdajový paušál	Částka
Příjmy	68 850 Kč	Příjmy	68 850 Kč
Výdaje	89 833 Kč	Výdaje (60 %)	41 310 Kč
Zisk / ztráta	- 20 983 Kč	Zisk / ztráta	27 540 Kč
Základ daně	- Kč	Základ daně	27 540 Kč
Zaokrouhlený ZD	- Kč	Zaokrouhlený ZD	27 500 Kč
Daň (15 %)	0 Kč	Daň (15 %)	4 125 Kč

V tabulce je pro porovnání neutrální varianty znázorněna jak daňová evidence, tak i využití výdajového paušálu v roce 2021. Vzhledem k tomu, že po odečtení příjmů a výdajů je vykazována ztráta při daňové evidenci a daň je 0 Kč, je v tomto roce výhodnější pro podnikatelku vést daňovou evidenci oproti využití výdajového paušálu. Při využití výdajového paušálu (60 %) by podnikatelka musela zaplatit výslednou daň ve výši 4 125 Kč.

Tabulka 24 Výpočet daně v roce 2022 neutrální varianta (vlastní zpracování)

2022 neutrální varianta			
Daňová evidence	Částka	Výdajový paušál	Částka
Příjmy	75 750 Kč	Příjmy	75 750 Kč
Výdaje	8 000 Kč	Výdaje (60 %)	45 450 Kč
Zisk / ztráta	67 750 Kč	Zisk / ztráta	30 300 Kč
Uplatnění ztráty min. let	- 20 983 Kč		- Kč
Základ daně	46 767 Kč	Základ daně	30 300 Kč
Zaokrouhlený ZD	46 700 Kč	Zaokrouhlený ZD	30 300 Kč
Daň (15 %)	7 005 Kč	Daň (15 %)	4 545 Kč

V roce 2022 při neutrální variantě byla uplatněna ztráta z předchozího roku a výsledná daň je vypočítána částkou 7 005 Kč za použití daňové evidence. Pomocí výdajového paušálu je daň vypočítána na 4 545 Kč, a proto by bylo pro podnikatelku výhodnější v tomto roce použít výdajový paušál. Pokud k 31. 12. daného roku nejsou evidovány žádné pohledávky ani závazky, je tento přechod z daňové evidence na použití výdajového paušálu umožněn.

Tabulka 25 Výpočet daně v roce 2023 neutrální varianta (vlastní zpracování)

2023 neutrální varianta			
Daňová evidence	Částka	Výdajový paušál	Částka
Příjmy	82 600 Kč	Příjmy	82 600 Kč
Výdaje	22 500 Kč	Výdaje (60 %)	49 560 Kč
Zisk / ztráta	60 100 Kč	Zisk / ztráta	33 040 Kč
Uplatnění ztráty min. let	- Kč		
Základ daně	60 100 Kč	Základ daně	33 040 Kč
Zaokrouhlený ZD	60 100 Kč	Zaokrouhlený ZD	33 000 Kč
Daň (15 %)	9 015 Kč	Daň (15 %)	4 950 Kč

V třetím roce podnikání je daň při daňové evidenci vypočítána ve výši 9 015 Kč a daň pomocí výdajového paušálu vypočítána ve výši 4 950 Kč. Vzhledem k těmto částkám je pro podnikatelku opět výhodnější použití výdajového paušálu.

Pesimistická varianta:

Tabulka 26 Výpočet daně v roce 2021 pesimistická varianta (vlastní zpracování)

2021 pesimistická varianta			
Daňová evidence	Částka	Výdajový paušál	Částka
Příjmy	48 500 Kč	Příjmy	48 500 Kč
Výdaje	89 833 Kč	Výdaje (60 %)	29 100 Kč
Zisk / ztráta	- 41 333 Kč	Zisk / ztráta	19 400 Kč
Základ daně	- Kč	Základ daně	19 400 Kč
Zaokrouhlený ZD	- Kč	Zaokrouhlený ZD	19 400 Kč
Daň (15 %)	0 Kč	Daň (15 %)	2 910 Kč

Při pesimistické variantě v roce 2021 za použití daňové evidence vykazuje firma ztrátu ve výši 41 333 Kč. Tato ztráta bude uplatněna v dalších letech. Při použití paušálu je daň stanovena na 2 910 Kč, a proto je v této situaci vhodné využití daňové evidence, kdy je daň 0 Kč.

Tabulka 27 Výpočet daně v roce 2022 pesimistická varianta (vlastní zpracování)

2022 pesimistická varianta			
Daňová evidence	Částka	Výdajový paušál	Částka
Příjmy	53 350 Kč	Příjmy	53 350 Kč
Výdaje	6 000 Kč	Výdaje (60 %)	32 010 Kč
Zisk / ztráta	47 350 Kč	Zisk / ztráta	21 340 Kč
Uplatnění ztráty min. let	- 41 333 Kč		- Kč
Základ daně	6 017 Kč	Základ daně	21 340 Kč
Zaokrouhlený ZD	6 000 Kč	Zaokrouhlený ZD	21 300 Kč
Daň (15 %)	900 Kč	Daň (15 %)	3 195 Kč

V roce 2022 se podnikatelce opět vyplatí využití daňové evidence, jelikož je daň stanovena na 900 Kč. Zisk v tomto roce byl snížen o ztrátu 41 333 Kč z předešlého roku. Daň při využití výdajového paušálu je stanovena ve výši 3 195 Kč.

Tabulka 28 Výpočet daně v roce 2023 pesimistická varianta (vlastní zpracování)

2023 pesimistická varianta			
Daňová evidence	Částka	Výdajový paušál	Částka
Příjmy	58 200 Kč	Příjmy	58 200 Kč
Výdaje	21 500 Kč	Výdaje (60 %)	34 920 Kč
Zisk / ztráta	36 700 Kč	Zisk / ztráta	23 280 Kč
Uplatnění ztráty min. let	- Kč		- Kč
Základ daně	36 700 Kč	Základ daně	23 280 Kč
Zaokrouhlený ZD	36 700 Kč	Zaokrouhlený ZD	23 200 Kč
Daň (15 %)	5 505 Kč	Daň (15 %)	3 480 Kč

Posledním sledovaným rokem při pesimistické variantě je rok 2023, kdy se dle tabulky (Tab. 28) již vyplatí využití výdajového paušálu, jelikož je daň nižší než při daňové evidenci. Daň při daňové evidenci je vypočítána ve výši 5 505 Kč a při využití paušálu ve výši 3 480 Kč.

Optimistická varianta:

Tabulka 29 Výpočet daně v roce 2021 optimistická varianta (vlastní zpracování)

2021 optimistická varianta			
Daňová evidence	Částka	Výdajový paušál	Částka
Příjmy	80 400 Kč	Příjmy	80 400 Kč
Výdaje	89 833 Kč	Výdaje (60 %)	48 240 Kč
Zisk / ztráta	- 9 433 Kč	Zisk / ztráta	32 160 Kč
Základ daně	- Kč	Základ daně	32 160 Kč
Zaokrouhlený ZD	- Kč	Zaokrouhlený ZD	32 100 Kč
Daň (15 %)	0 Kč	Daň (15 %)	4 815 Kč

Při daňové evidenci v prvním roce podnikání při optimistické verzi je opět daň stanovena na 0 Kč, jelikož firma vykazuje ztrátu, která bude v dalších letech uplatněna. Z tohoto důvodu nemá podnikatelka důvod k využití výdajového paušálu a bude vést daňovou evidenci.

Tabulka 30 Výpočet daně v roce 2022 optimistická varianta (vlastní zpracování)

2022 optimistická varianta			
Daňová evidence	Částka	Výdajový paušál	Částka
Příjmy	87 450 Kč	Příjmy	87 450 Kč
Výdaje	9 500 Kč	Výdaje (60 %)	52 470 Kč
Zisk / ztráta	77 950 Kč	Zisk / ztráta	34 980 Kč
Uplatnění ztráty min. let	- 9 433 Kč		- Kč
Základ daně	68 517 Kč	Základ daně	34 980 Kč
Zaokrouhlený ZD	68 500 Kč	Zaokrouhlený ZD	34 900 Kč
Daň (15 %)	10 275 Kč	Daň (15 %)	5 235 Kč

V roce 2022 při daňové evidenci firma vykazuje zisk ve výši 77 950 Kč a uplatní ztrátu z minulého roku ve výši 9 433 Kč, za této situace je daň vypočítána na 10 275 Kč. Daň při využití výdajového paušálu je v tomto roce stanovena ve výši 5 235 Kč, a proto podnikatelka využije výdajový paušál.

Tabulka 31 Výpočet daně v roce 2023 optimistická varianta (vlastní zpracování)

2023 optimistická varianta			
Daňová evidence	Částka	Výdajový paušál	Částka
Příjmy	95 500 Kč	Příjmy	95 500 Kč
Výdaje	24 000 Kč	Výdaje (60 %)	57 300 Kč
Zisk / ztráta	71 500 Kč	Zisk / ztráta	38 200 Kč
Uplatnění ztráty min. let	- Kč		
Základ daně	71 500 Kč	Základ daně	38 200 Kč
Zaokrouhlený ZD	71 500 Kč	Zaokrouhlený ZD	38 200 Kč
Daň (15 %)	10 725 Kč	Daň (15 %)	5 730 Kč

V roce 2023 při optimistické verzi je opět výhodnější využití výdajového paušálu, jelikož je daň vypočtena ve výši 5 730 Kč a je téměř poloviční oproti dani vypočtené pomocí daňové evidence.

17 LEAN CANVAS NOVÉ FIRMY

Lean Canvas je zpracován na jednu stranu a zobrazuje nejdůležitější informace o firmě, které chceme sdílet se zákazníky. Součástí jsou pole, která se vyplňují v určeném pořadí. Pole obsahují: problémy, řešení, existující alternativy, unikátní nabídku hodnoty, zákazníky a první vlašťovky, indikátory, srozumitelný popis, cestu k zákazníkům, strukturu nákladů a cenový model.

Lean Canvas Podnikatelský plán na jedné straně papíru Online kurz zdarma na www.leancanvas.cz		Datum: 8/2020 Verze: 1
PROJEKT: Založení firmy v oblasti výcviku loveckých psů		AUTOR: Bc. Veronika Ferbasová
Problém Jaké jsou 1-3 nejpalčivější problémy vašich zákazníků? - nezkušenost se specializovaným výcvikem - řešení již naučených chyb - dojezdová vzdálenost k výcviku	Řešení Jaké vlastnosti vašeho produktu řeší problémy vašich zákazníků? - pomoc se specializovaným výcvikem - pomoc při řešení problémů - možnost dopravy k zákazníkovi	Zákazníci Kdo jsou vaše zákazníci, resp. uživatelé? - myslivci - vlastníci loveckých plemen i bez zkoušek z myslivosti.
Existující alternativy Jaké zákazníci řeší své problémy jinak? - výcvik u konkurence - snaha řešit problém svépomocí	Indikátory Co pro vás znamená úspěch a jak jej budete měřit? Jaké další čísla jsou pro vás teď důležitá (aktivace, aktivace, loga, tržby, doporučení)? - nejdůležitějším krokem je získat přízeň klientů - vykazování zisku v nejbližších letech	První vlašťovky S kým můžete začít nejdříve? - kolegové z mysliveckého spolku
Unikátní nabídka hodnoty Čím upoutáte pozornost? V čem jste jiní? Jaká je výjimečná hodnota pro zákazníka? - individuální přístup ke každému klientovi - dobré ceny a možnost individuální domluvy	Cesty k zákazníkům Jak se dostanete ke svým zákazníkům? - sociální sítě - propagace osobním kontaktem	Netěrová výhoda Co vám umožňuje něco levněji započítat nebo si to koupit? Proč byste to měli dělat zrovna vy? - ve Zlíně a okolí je málokdo konkurence
Struktura nákladů Za co budete platit a proč? Jaké jsou vaše největší variabilní náklady? - zaplatit výdaje za nákup vybavení pro výcvik loveckých psů - drobné výdaje za telefon a kancelářské potřeby	Cenový model Jaké naznačíte vaše řešení problémů? - cena je stanovena na základě dotazníkového šetření a na základě analýzy konkurence	

Lean Canvas vytvořil Ash Maurya na základě Business Model Canvasu, je distribuován pod licencí CC BY-SA 3.0. Přeložil Jan Veselý a Petra Hájková.

Obrázek 12 Lean Canvas nové firmy (vlastní zpracování)

Zdroj tabulky: leancanvas.cz

V tabulce (obr. 12) jsou uvedeny informace, které jsou považovány za důležité, a které charakterizují nově vznikající firmu v oblasti výcviku loveckých psů. Tento business model ve své podstatě nahrazuje podnikatelský plán a musí se rozkládat pouze na jedné straně, naopak podnikatelský plán je sepsán na několik stránek, kde je vše podrobně sepsáno. Tato alternativa podnikatelského plánu je oblíbená u počínajících podniků i vzhledem z rychlosti zpracování, nicméně pokud firma například žádá finance u investorů, nebo o bankovní úvěr, tato metoda nemusí být dostačujícím podkladem pro žádost.

18 ČASOVÁ A RIZIKOVÁ ANALÝZA PROJEKTU

Každý projekt by měl mít určitý časový harmonogram, který rozvrhne jednotlivé činnosti a podnikatel by se jej měl snažit dodržet. Riziko se nachází v běžném životě každého člověka, v podnikání tomu není jinak. Pokud bude podnikatel přehlížet riziko, může se ocitnout v tíživé situaci.

Časová analýza

Pro realizaci každého projektu by měl být výchozím bodem časový plán. Pokud podnikatel nebude mít žádný časový harmonogram, může to ve finále dopadnout tak, že se projekt nikdy nepohne z místa a nebude realizován. Časový plán mnohdy není splněn přesně, a některé kroky se mohou vlivem spousty faktorů prodloužit, nicméně pokud časový plán existuje, vždy se jej každá zainteresovaná strana snaží co nejpřesněji dodržet. V projektu založení firmy v oblasti výcviku loveckých psů lze časovou analýzu rozdělit na dvě základní fáze: fáze přípravy podnikatelského plánu a fáze realizace samotného projektu.

V první fázi je nutností promyslet všechny důležité kroky, které jsou potřebné pro realizaci samotného projektu. Nejprve je důležité, aby bylo rozhodnuto o právní formě podnikání a rozplánování daných úkonů pro získání potřebných oprávnění. V tomto projektu bylo shledáno za vhodné, že firma bude podnikat na základně živnosti volné (ohlašovací). Po vybrání právní formy nastávají další otázky: Kde bude mít firma sídlo? Jsou potřebné další prostory? Jaké vybavení je nezbytné pořídit? Jsou nutná další povolení? Jaká bude finanční náročnost realizace projektu?

V realizační fázi projektu je důležité vypracovat jednotlivé analýzy, kdy v tomto případě to jsou analýzy SWOT a PEST, které nám poskytnou informace a podklady pro vytvoření podnikatelského plánu. Pro realizaci je v prvním kroku důležité založit živnost, což netrvá dlouho, jelikož jde o živnost ohlašovací, což znamená, že podnikatelská činnost má počátek již při odevzdání příslušného formuláře a podnikatelka nemusí čekat několik dní na povolení. Pro úspěšnost podnikání je vhodné vytvoření webových stránek a propagačních materiálů.

Tabulka 32 Časové rozdělení projektu (vlastní zpracování)

Projekt: Založení firmy v oblasti výcviku loveckých psů				
Pořadí	Činnost	Začátek	Konec	Dnů
1	Stanovení cíle projektu	01.05.2020	02.05.2020	2
2	Dotazníkové šetření	11.07.2020	03.08.2020	24
3	Analýza trhu a konkurence	06.06.2020	08.06.2020	3
4	SWOT analýza	11.07.2020	13.07.2020	3
5	PEST analýza	12.07.2020	14.07.2020	3
6	Vyhodnocení analýz	18.07.2020	21.07.2020	4
7	Vyhodnocení dotazníkového šetření	31.07.2020	11.08.2020	12
8	Vytvoření podnikatelského plánu	25.06.2020	14.08.2020	51
9	Založení živnosti	04.01.2021	04.01.2021	1
10	Nákup vybavení	04.01.2021	08.01.2021	5
11	Postavení kotců	10.01.2021	12.01.2021	3
12	Propagace podniku	01.12.2020	31.12.2021	396

Z tabulky (Tab. 32) lze vyčíst, že samotné zahájení podnikatelské činnosti je plánováno na počátek roku 2021. V současné době byly stanoveny cíle projektu, vypracován dotazník a informace shromážděné díky němu byly vyhodnoceny, analýzy (SWOT, PEST a konkurence) byly také zpracovány. Další činností v pořadí je zpracování podnikatelského plánu v oblasti výcviku loveckých psů, kdy na jeho základě je plánováno založení živnosti volné (ohlašovací) počátkem roku 2021. Propagace podniku založením webových stránek, stránek na Facebooku a osobní komunikací s potenciálními zákazníky je plánována již na podzim letošního roku 2020. Po založení živnosti je plánováno vynaložení výdajů na nákup nezbytného vybavení na provoz firmy a sestavení kotců pro odpočinek a bezpečí psů. V tuto chvíli je podnikatelský plán vytvořen.

Riziková analýza

Za největší riziko daného projektu je považován nezájem zákazníků o službu, což by mělo za následek to, že firma nebude výdělečná a další podnikatelská činnost by byla v tomto oboru zbytečná. Eliminovat toto riziko lze dobře vytvořeným podnikatelským plánem, kvalitně připraveným marketingem s různorodou propagací podniku.

Nesprávně určená cena služby by byla pro firmu nepříjemná zkušenost, jelikož by firma nevykazovala zisk podle představ, nicméně průzkumem trhu a úpravou cen lze toto riziko eliminovat. Nesprávně určená cílová skupina v této oblasti podnikání se nepředpokládá, jelikož se jedná o značně specifickou oblast.

Dalším rizikem může být zvýšení nákladů v průběhu podnikatelské činnosti, s čímž se na začátku podnikání příliš nepočítá. Firma je situována na soukromém pozemku se sídlem

v místě bydliště majitelky, nicméně může nastat situace, kdy toto organizační řešení nebude možné tolerovat, což by mělo za následek to, že by majitelka musela koupit (pronajmout) jiné prostory nejspíše pomocí cizích zdrojů (bankovního úvěru).

V poslední řadě bylo shledáno za riziko vstup nového konkurenta na trh, kdy se dopady tohoto skutku dají eliminovat rychlou reakcí na nové okolnosti, například vytvořením akce, která se původně neplánovala na nalákání zákazníků, popřípadě úpravou ceny.

Tabulka 33 Riziko pro firmu (vlastní zpracování)

Riziko	Významnost	Pravděpodobnost výskytu	Opatření
Nesprávně určena cílová skupina	Vysoká	Nízká	Dotazování
Nesprávně určená cena produktu	Vysoká	Střední	Průzkum trhu
Nezájem zákazníků	Vysoká	Střední	Propagace
Zvýšení nákladů	Střední	Nízká	Alternativní řešení
Zvýšení počtu konkurentů	Vysoká	Střední	Reakce na změnu

19 RIZIKOVÉ, EKONOMICKÉ A ČASOVÉ ZHODNOCENÍ PROJEKTU

Rizikové zhodnocení

Největším rizikem pro podnik byl shledán nezájem klientů o nabízené služby, což by bylo pro firmu likvidační. Riziko představuje také nesprávně stanovená cena služeb, kdy by se firma ocitla ve ztrátě namísto aby vykazovala zisk. Riziko, že firma nesprávně určí skupinu zákazníků je v tomto odvětví podnikání téměř zanedbatelné, jelikož podnikání v oblasti výcviku loveckých psů je velmi specifické. Navýšení počtu konkurentů je rizikem, které ovlivnit nelze, jelikož vstup na tento trh nemá žádné překážky, nicméně pokud tato skutečnost nastane firma může reagovat vytvořením dodatečné akce, nebo snížením ceny pro nalákání a udržení zákazníků.

Ekonomické zhodnocení

Ceny byly stanoveny na základě průzkumu trhu i konkurence a na základě dotazníkového šetření. Cena u některých úkonů bude ale individuálně přizpůsobena dané situaci. Meziroční nárůst klientů je předpokládán zvýšením o 10 % v roce 2022 a o 20 % v roce 2023 oproti roku 2021. Jsou zobrazeny 3 varianty finančního plánu: neutrální varianta, pesimistická varianta a optimistická varianta. Optimistická varianta předpokládá nárůst počtu zákazníků, a tím i příjmu o 15 % oproti variantě neutrální, a naopak při pesimistické variantě se předpokládá pokles počtu zákazníků o 30 % oproti výchozí variantě. Výchozí variantou je míněna varianta neutrální.

Při neutrální variantě se v roce 2021 předpokládá ztráta ve výši 20 983 Kč, a proto je daň při daňové evidenci 0 Kč. Při využití výdajového paušálu je vypočítaná daň ve výši 4 125 Kč, proto bude podnikatelka v této situaci vést daňovou evidenci. V následujícím roce je již vykazován zisk ve výši 67 750 Kč, nicméně po uplatnění ztráty z minulého období se tato varianta jeví jako nevýhodnější, jelikož daň při použití výdajového paušálu je nižší. Za předpokladu, že k 31. 12. firma neeviduje nezaplacené závazky ani nesplacené pohledávky, může v dalším roce využít variantu výdajového paušálu. V posledním sledovaném roce této varianty podnikatelka zůstane nadále u využití výdajového paušálu, jelikož daň je nižší než při daňové evidenci.

Při pesimistické variantě je v roce 2021 vykazována ztráta a podnikatelka využije daňovou evidenci, v následujícím roce je tato ztráta ve výši 41 333 Kč uplatněna a výsledná daň při

daňové evidenci je 900 Kč. Daň vypočítaná při výdajových paušálech je 3 195 Kč, a proto i v roce 2022 bude výhodnější vést daňovou evidenci. V následujícím roce se nicméně situace změní a možnost využití výdajového paušálu je pro firmu výhodnější.

Poslední nastíněnou variantou je optimistická, kdy v prvním roce podnikání firma vykazuje ztrátu, jako tomu bylo i v předchozích variantách a využije možnosti vedení daňové evidence. V roce 2022 a 2023 je využit opět výdajový paušál, jelikož výše daně je v těchto letech téměř poloviční.

Na základě těchto propočtů je zjištěno, že firma vykazuje v prvním roce ztrátu ve všech nastíněných variantách daňové evidence, jelikož podnikatelka nevyužila možnost financování pomocí úvěru a výdaje v prvním roce jsou značně vysoké, v následujících letech je již vykazován zisk. Ve většině případů je v druhém a třetím roce podnikání (2022, 2023) výhodnější využití výdajového paušálu. Po zhodnocení těchto skutečností je shledáno, že projekt je realizovatelný.

Časové zhodnocení

Počátek podnikatelské činnosti je předpokládán v začátku roku 2021, jelikož je nejdříve potřebné vytvořit podnikatelský plán, založit živnostenské oprávnění, vytvořit propagační materiály, nakoupit potřebné vybavení atd. V tuto chvíli je vytvořen podnikatelský plán s potřebnými analýzami, zhodnocen dotazník, vytvořen průzkum trhu a obsahující všechny kroky potřebné k jeho využití v praxi.

20 SHRnutí PROJEKTOvé ČÁSTI

Praktická část diplomové práce je nejdříve zaměřena na základní kynologické organizace působící v České republice, jako jsou Českomoravská kynologická unie, Českomoravská kynologická jednota, Český kynologický svaz a jednu Mezinárodní kynologickou federaci (FCI), která určuje mezinárodní rozdělení plemen psů do daných skupin. Dále je definována lovecká kynologie v České republice, a jsou zde uvedeny počty lovecky upotřebitelných psů využívaných v praxi.

V samotném projektu jsou nejprve sepsány identifikační údaje nově vznikající firmy a její cíl. Následuje navrhované logo společnosti, které bylo vytvořeno ve spolupráci s místní firmou Parohatá reklama a vizualizace objektu. Následně je sepsáno a zobrazeno potřebné vybavení, které firma musí nakoupit před zahájením své činnosti, jelikož se jedná o důležité vybavení pro samotný výcvik loveckých psů.

Další kapitola projektové části práce se skládá z vymezení cílové skupiny potenciálních zákazníků. Součástí práce je dotazník, který byl distribuován pomocí internetu a sociální sítě Facebook a jeho vyhodnocení.

V kapitole 16 je nastíněna finanční stránka projektu, odhad výdajů, popsáno financování podnikání, stanovení ceny na základě průzkumu trhu. Plánovaný počet klientů a plán příjmu je stanoven na základě odhadů, stejně tak plánovaný zisk a daň. Nastíněny jsou 3 varianty finančního plánování: neutrální, pesimistická a optimistická varianta. Jsou vypočítány daně podle daňové evidence i za použití výdajového paušálu.

Následuje vypracování business modelu Lean Canvas, jakožto další možná varianta zpracování nejdůležitějších informací a vizí nově vznikající firmy namísto samotného podnikatelského plánu. Praktická část diplomové práce je uzavřena časovou a rizikovou analýzou a kapitolou „Rizikové, ekonomické a časové zhodnocení projektu“, ve které jsou sepsány i zhodnoceny důležité skutečnosti.

ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo vytvoření podnikatelského plánu pro založení nové firmy v oblasti výcviku loveckých psů. Toto zaměření autorku zajímá, jelikož sama se aktivně věnuje myslivosti a lovecké kynologii, tudíž je tento projekt realizovatelný v praxi. Výstupem této diplomové práce je projekt, který se skládá ze všech důležitých a potřebných částí pro případnou realizaci.

Počátek podnikatelské činnosti je prozatím plánován na počátek roku 2021. Pro tuto chvíli je důležité i nadále sbírat zkušenosti v praxi a poté případně business odstartovat, jelikož reference a zkušenosti dělají z kynologa dobrého výcvikáře, který může v budoucnu pomoci ostatním vůdcům. Vzhledem k tomu, že se jedná o živnost ohlašovací a není potřebné žádné speciální vzdělání, může se konkurentem stát ve své podstatě kdokoli, nicméně výcvik loveckých psů je velmi specificky zaměřen a nepředpokládá se žádný masivní nárůst.

Propagace firmy bude zajištěna prostřednictvím webových stránek i sociálních sítí zejména Facebooku a Instagramu. Důležitou součástí propagace je osobní nabízení služeb na mysliveckých a kynologických akcích, kterých se podnikatelka často účastní. Osobní kontakt s potenciálními zákazníky je vždy nejlepší propagací, jelikož s potenciálním zákazníkem může být vše probráno ihned.

I když se předpokládaný zisk nemusí jevit pro čtenáře v dostatečné výši, autorka je vzhledem k tomu že podnikání není myšleno jako hlavní zdroj obživy s výsledky spokojená a shledává, že cíl této diplomové práce byl splněn a projekt je uskutečnitelný v praxi.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- COLWELL, Ken, 2019. *Starting a business quickstart guide: the simplified beginner's guide to launching a successful venture, turning your vision into reality and achieving your entrepreneurial dream*. Albany, NY: ClydeBank Media, 274 s. ISBN 9781945051821.
- ČERVENÝ, Radim, 2014. *Business plán: krok za krokem*. V Praze: C.H. Beck, 211 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-511-4.
- DVOŘÁČEK, Jiří a Peter SLUNČÍK, 2012. *Podnik a jeho okolí: jak přežít v konkurenčním prostředí*. V Praze: C.H. Beck, 192 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-224-3.
- EKANEM, Ignatius, 2018. *Writing a business plan: a practical guide*. New York: Routledge, 120 s. ISBN 978-1-138-20602-1.
- FOTR, Jiří et al., 2020. *Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe*. 2., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 416 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2499-2.
- FOTR, Jiří a Jiří HNILICA, 2014. *Aplikovaná analýza rizika ve finančním managementu a investičním rozhodování*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 304 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5104-7.
- JOSKOVÁ, Lucie, Markéta PRAVDOVÁ a Eva DVOŘÁKOVÁ, 2018. *Nová společnost s ručením omezeným: právo, účetnictví, daně*. 3. vydání. Praha: Grada Publishing, 240 s. Právo pro praxi. ISBN 978-80-271-0872-5.
- KALOUDA, František, 2019. *Finanční řízení podniku*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 262 s. ISBN 978-80-7380-756-6.
- KISELÁKOVÁ, Dana a Miroslava ŠOLTÉS, 2017. *Modely řízení finanční výkonnosti v teorii a praxi malých a středních podniků*. Praha: Grada Publishing, 192 s. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-0680-6.
- KNÁPKOVÁ, Adriana et al., 2017. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady*. 3., kompletně aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 232 s. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-0563-2.

- KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 304 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.
- KOŽENÁ, Marcela a Alexandr ŠENEC, 2019. *Nauka o podniku: distanční opora*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 113 s. ISBN 978-80-7560-197-1.
- KUNŠTÁTOVÁ, Tatiana, 2019. *Živnostenský zákon: komentář*. V Praze: C.H. Beck, 452 s. Beckova edice komentované zákony. ISBN 978-80-7400-731-6.
- LIPOVSKÁ, Hana, 2017. *Moderní ekonomie: jednoduše o všem, co byste měli vědět*. Praha: Grada, 256 s. ISBN 978-80-271-0120-7.
- MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ, 2013. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada, 520 s. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4780-4.
- NOVOTNÝ, Petr, 2014. *Nový občanský zákoník*. Praha: Grada, 144 s. Právo pro každého (Grada). ISBN 978-80-247-5163-4.
- ORESKÝ, Milan, 2017. *Finanční a ekonomická analýza obchodního podniku*. Bratislava: Wolters Kluwer, 200 s. Ekonómia. ISBN 978-80-8168-763-1.
- RŮČKOVÁ, Petra, 2019. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 6. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 160 s. Finanční řízení. ISBN 978-80-271-2028-4.
- SCHOLLEOVÁ, Hana, 2017. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. 3., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 272 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0413-0.
- SRPOVÁ, Jitka, 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 194 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
- SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA, 2017. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada, 227 s. ISBN 978-80-271-0407-9.
- SVOZILOVÁ, Alena, 2016. *Projektový management: systémový přístup k řízení projektů*. 3., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 424 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0075-0.
- SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ, 2015. *Podniková ekonomika*. 6., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 560 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-274-8.

- SYNEK, Miloslav, 2011. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 480 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.
- ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena, 2019. *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele*. Praha: Grada, 248 s. ISBN 978-80-271-2182-3.
- ŠTENGLOVÁ, Ivana, Jan DĚDIČ a Miloš TOMSA, 2019. *Základy obchodního práva: vysokoškolská učebnice*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Leges, 480 s. Student (Leges). ISBN 978-80-7502-314-8.
- TAUŠL PROCHÁZKOVÁ, Petra a Eva JELÍNKOVÁ, 2018. *Podniková ekonomika-klíčové oblasti*. Praha: Grada Publishing, 256 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0689-9.
- VÁCHAL, Jan a Marek VOCHOZKA, 2013. *Podnikové řízení*. Praha: Grada, 688 s. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4642-5.
- VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ, 2012. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktual. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 336 s. Expert. ISBN 978-80-247-4520-6.
- Zákon o obchodních korporacích s komentářem: s účinností od 1.1.2014 nahrazuje obchodní zákoník, 2014. Praha: Grada, 96 s. ISBN 978-80-247-4834-4.

INTERNETOVÉ ZDROJE

- BRACCO.CZ, 2020. *Pro pejsky* [online]. Česká republika: Žďárec [cit. 2020-08-13]. Dostupné z: <https://www.bracco.cz/cs/pro-pejsky>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2019. *Obyvatelstvo* [online]. Česká republika: Český statistický úřad [cit. 2020-08-13]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xz/obytelstvo-xz-obce>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2019. *Skupiny plemen loveckých psů k 1.4.* [online]. Česká republika: Český statistický úřad [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=2342&katalog=30841&pvo=LES03131&pvo=LES03131>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2019. *Početní stavy psů s loveckou upotřebitelností k 1.4.* [online]. Česká republika: Český statistický úřad [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=2342&katalog=30841&pvo=LES03132&pvo=LES03132>

- ČESKOMORAVSKÁ KYNOLOGICKÁ JEDNOTA, 2020. *O Nás* [online]. Česká republika: ČMKJ [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.cmkj.eu/o-nas>
- ČESKOMORAVSKÁ KYNOLOGICKÁ UNIE, 2012. *Články-odborné materiály* [online]. Česká republika: Vladimíra Tichá [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.cmku.cz/cz/odborne-materialy-122>
- DOBROKURZY.CZ, 2020. *Lean Canvas* [online]. Česká republika: dobrokurzy [cit. 2020-08-13]. Dostupné z: <https://www.dobrokurzy.cz/>
- EAGRI.CZ, 2017. *Státní zemědělský intervenční fond* [online]. Česká republika: SZIF [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/563093/Definice_malych_a_strednich_podniku___nejcastejsi_dotazy_web.pdf
- ELOVEC.CZ, 2020. Kynologické potřeby [online]. Bystřice pod Hostýnem: Ludmila Rudelová [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.elovec.cz/kynologicke-potreby>
- FEDERATION CYNOLOGIQUE INTERNATIONALE. BE, 2020. *Breeds recognised on a definitive basis* [online]. Belgique: FCI [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <http://www.fci.be/en/Nomenclature/Default.aspx>
- FRANCEK, Jindřich, 2008. *Lovecká vášeň v proměnách staletí*. Praha: Havran. Krok. ISBN 978-80-86515-88-5.
- KOTCEPROPSY.COM, 2020. *Produkty* [online]. Česká republika: František Mališ [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.kotcepropsy.com/>
- KYNOLOGIE.ORG, 2020. *Organizace České kynologie* [online]. Česká republika: Kynologie.org [cit. 2020-08-13]. Dostupné z: <https://www.kynologie.org/informace/potrebuju-informace/>
- LAVAREMORAVIA.CZ, 2020. *Lovecký výcvik* [online]. Brno: Štěpán Horák [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.lavaremoravia.cz/lovecky-vycvik/>
- LOVECKAKYNOLOGIE.CZ, 2020. *Lovecký výcvik* [online]. Markvartovice: Eva Dudková [cit. 2020-08-13]. Dostupné z: <https://www.loveckakynologie.cz/sluzby/lovecky-vycvik/>
- LOVECKYPES.WEBNODE.CZ, 2020. *Lovecký výcvik psů* [online]. Moravské Budějovice: Zdeněk Veleba [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://loveckypes.webnode.cz/vycvik-psu2/>
- LOVECKYVYCVIK.CZ, 2019. *Ceník* [online]. Kamenné Žehrovice: Zuzana Veselá [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <http://www.loveckyvycvik.cz/web/cenik.html>

- LOVECKY-VYCVIK-BRNO, 2020. *O mně* [online]. Brno: Martin Luňák [cit. 2020-08-12].
Dostupné z: <http://lovecky-vycvik-brno.cz/>
- NIKŮV SVĚT, 2020. *Výcvik* [online]. Praha: Lucie Hrdinová [cit. 2020-08-12]. Dostupné
z: <https://www.nikuv-svet.cz/>
- VIRIBUS.EU, 2020. *Naše služby* [online]. Písek: Jana Smejkalová [cit. 2020-08-12]. Do-
stupné z: <http://viribus.eu/cs/vycvik-loveckych-psu/>
- VÝCVIKOVÁ ŠKOLA PRO PSY ALANSHOP, 2008. *Nabízené formy výcviku* [online].
Česká republika: Jan Racka [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <http://www.alan-shop.cz/vycvik/>
- VYMARSKYOHAR.NET, 2018. *Sanelle sirrah* [online]. Bordovice: Mgr. Lenka Trčková,
Ph. D. [cit. 2020-08-13]. Dostupné z: <http://www.vymarskyohar.net/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

FCI	Federation cynologique internationale
FO	Fyzická osoba
ČKS	Český kynologický svaz
ČMKJ	Českomoravská kynologická jednota
ČMKU	Českomoravská kynologická unie
ČR	Česká republika
PO	Právnícká osoba
PP	Průkaz původu

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Lean Canvas tabulka (leancanvas.cz).....	38
Obrázek 2 Logo firmy (parohatá reklamka)	58
Obrázek 3 Vzhled objektu (Vlastní zpracování).....	58
Obrázek 4 Kotec (kotcepropsy.com, 2020)	60
Obrázek 5 Barvářský obojek (elovec.cz, 2020).....	60
Obrázek 6 Barvářské vodítko (elovec.cz, 2020).....	60
Obrázek 7 Vodítko a píšťalka (elovec.cz, 2020)	61
Obrázek 8 GPS obojek (elovec.cz, 2020)	61
Obrázek 9 Klec do auta (elovec.cz, 2020)	62
Obrázek 10 Zkušební řád.....	62
Obrázek 11 Výcvikové Dummy (bracco.cz, 2020)	63
Obrázek 12 Lean Canvas nové firmy (vlastní zpracování).....	87

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 základní tabulka pro SWOT analýzu (vlastní zpracování)	33
Tabulka 2 Analýza rizik (Srpková a kol., 2020, s. 222):	35
Tabulka 3 rozdělení plemen psů do skupin dle FCI (FCI.be, 2020).....	41
Tabulka 4 Rozdělení do skupin FCI podle plemen (vlastní zpracování).....	43
Tabulka 5 Počet lovecky upotřebitelných psů v ČR (vlastní zpracování)	44
Tabulka 6 Počet lovecky upotřebitelných psů dle zkoušek na zvěř	44
Tabulka 7 Ukázka ceníku (vlastní zpracování).....	47
Tabulka 8 Ukázka ceníku (Vlastní zpracování).....	48
Tabulka 9 Ekonomické faktory ČR	50
Tabulka 10 Počet obyvatel ve Zlínském kraji v letech 2014-2019.....	51
Tabulka 11 SWOT analýza nové firmy	54
Tabulka 12 Počáteční výdaje (vlastní zpracování)	76
Tabulka 13 Cena výcviku (vlastní zpracování)	77
Tabulka 14 Předpokládaný počet klientů neutrální varianta (vlastní zpracování).....	78
Tabulka 15 Předpokládané příjmy neutrální varianta (vlastní zpracování)	78
Tabulka 16 Předpokládaný počet klientů pesimistická varianta (vlastní zpracování) 79	
Tabulka 17 Předpokládané příjmy pesimistická varianta (vlastní zpracování)	79
Tabulka 18 Předpokládaný počet klientů optimistická varianta (vlastní zpracování) 80	
Tabulka 19 Předpokládané příjmy optimistická varianta (vlastní zpracování)	80
Tabulka 20 Výdaje neutrální varianta (vlastní zpracování).....	81
Tabulka 21 Výdaje pesimistická varianta (vlastní zpracování)	81
Tabulka 22 Výdaje optimistické varianta (vlastní zpracování)	82
Tabulka 23 Výpočet daně v roce 2021 neutrální varianta (vlastní zpracování)	83
Tabulka 24 Výpočet daně v roce 2022 neutrální varianta (vlastní zpracování)	83
Tabulka 25 Výpočet daně v roce 2023 neutrální varianta (vlastní zpracování)	84
Tabulka 26 Výpočet daně v roce 2021 pesimistická varianta (vlastní zpracování)....	84
Tabulka 27 Výpočet daně v roce 2022 pesimistická varianta (vlastní zpracování)....	84
Tabulka 28 Výpočet daně v roce 2023 pesimistická varianta (vlastní zpracování)....	85
Tabulka 29 Výpočet daně v roce 2021 optimistická varianta (vlastní zpracování)....	85
Tabulka 30 Výpočet daně v roce 2022 optimistická varianta (vlastní zpracování)....	86
Tabulka 31 Výpočet daně v roce 2023 optimistická varianta (vlastní zpracování)....	86
Tabulka 32 Časové rozdělení projektu (vlastní zpracování)	90

Tabulka 33 Riziko pro firmu (vlastní zpracování).....91

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Rozdělení dle pohlaví (vlastní zpracování)	65
Graf 2 Rozdělení dle věku (vlastní zpracování)	66
Graf 3 Rozdělení na myslivce a obyvatele bez mysliveckých zkoušek	67
Graf 4 Plemena vlastněná respondenty (vlastní zpracování)	68
Graf 5 Počet psů vlastněný respondenty (vlastní zpracování)	69
Graf 6 Ochota zaplatit za výcvik (vlastní zpracování)	70
Graf 7 Poptávaný způsob výcviku (vlastní zpracování)	71
Graf 8 Využití pomoci při výcviku v minulosti (vlastní zpracování)	72
Graf 9 Zájem respondentů o tábor/víkend (vlastní zpracování)	73
Graf 10 Zájem o výcvik ve Zlínském kraji (vlastní zpracování)	73
Graf 11 Zájem o hlídací služby (vlastní zpracování)	74
Graf 12 Průzkum ceny výcviku (vlastní zpracování)	75

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Dobrý den,

v rámci své diplomové práce prosím o vyplnění všechny majitele, kteří vlastní lovecké plemeno (jezevčík, teriéři, ohaři atd..). Věnujte prosím několik minut svého času.

Děkuji Veronika Ferbasová

Jste:

- Muž
- Žena

Váš věk:

- Méně než 15
- 15-30
- 31-50
- 51-65
- Více než 65

Jste myslivec?

- Ano
- Ne
- Chci být

Jaké lovecké plemeno vlastníte?

- Teriér
- Jezevčík
- Honič nebo Barvář
- Ohař
- Slídič, Retriever, vodní psi
- Plánuji si pořídit

Kolik psů vlastníte?

- 1
- 2
- 3

- Více

Jaký důvod by Vás vedl k výcviku Vašeho psa?

Jste ochotni za rady a pomoc při výcviku zaplatit?

- Ano
- Ne
- Nevím

Jaký způsob výcviku byste využili?

- Pes by se cvičil u výcvikáře bez mé přítomnosti
- Individuální výcvik s výcvikářem
- Tábor, výcvikový víkend
- Skupinový výcvik

Co očekáváte od výcvikových lekcí vedených výcvikářem?

Využili jste někdy pomoc při výcviku Vašeho psa?

- Ano
- Ne
- Nevím

Měli byste zájem o výcvikový víkend / tábor se zaměřením na lovecký výcvik? (přizpůsobeno plemenům)

- Ano
- Ne
- Nevím

Měli byste zájem o individuální lovecký výcvik Vašeho psa (v okolí Zlína)?

- Ano
- Ne
- Nevím

Využili byste službu hlídání psů v případě potřeby?

- Ano
- Ne
- Nevím

Kolik jste ochotni zaplatit za výcvikovou lekci (cca 1 hod)?

- Nic
- Do 250 Kč
- Do 350 Kč
- Do 500 Kč
- Více