

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Teze diplomové práce

**Zpracování a vyhodnocení obchodně podnikatelského
záměru agentury poskytující služby**

Kateřina Stejskalová

© 2015 ČZU v Praze

1 – Souhrn

Diplomová práce se zabývá vytvořením podnikatelského záměru pro založení vlastní svatební agentury. Hlavním cílem je návrh, zpracování, analýza a vyhodnocení, zda je tento plán realizovatelný. V teoretické části práce jsou shrnuty odborné poznatky týkající se přípravy, struktury a jednotlivých částí podnikatelského záměru. Dále právní, daňové a ekonomické aspekty podniku, obchodní a marketingová strategie a analýza podniku.

Praktická část je zaměřena na založení konkrétního podniku, kde jsou popsány kroky k zahájení podnikatelské činnosti z hlediska právní formy a administrativy. V dalším kroku je představena svatební agentura a vytvořena analýza prostředí. Potřebné informace k průzkumu trhu jsou získány dotazníkovým průzkumem zaměřeným na cílovou skupinu. Na základě výsledků je vytvořena marketingová strategie a obchodní plán, což by mělo vést k úspěšné realizaci prosperujícího podniku. Dílčím cílem je vyhodnocení obchodních aktivit vytvořené agentury z pohledu ekonomického, obchodního a konkurenčního. Na závěr je sestaven finanční plán pro přehled potřebného kapitálu a očekávaných příjmů do budoucna.

Klíčová slova: podnik, analýza, strategie, marketing, svatba, cíl, příjem, podnikatelský záměr, služby, trh, obchod, agentura

2 – Cíl práce a metodika

Cílem této diplomové práce je návrh, zpracování, zhodnocení efektivnosti, analýza a vyhodnocení reálnosti podnikatelského záměru svatební agentury poskytující veškeré služby související s organizací svatby. Dílčím cílem je odhad výši potřebných finančních prostředků a plánovaného příjmu k založení agentury, shrnutí představ o marketingové strategii a obchodním plánu a vyhodnocení aktivit z pohledu ekonomického, obchodního a konkurenčního.

Pro zpracování literární rešerše jsou použity podklady získané z odborné literatury a zákonných předpisů, uvedeny v seznamu použitých zdrojů, které byly konzultovány s vedoucím práce.

V teoretické části se jedná o popis základních pojmů týkajících se podnikání, přípravu a strukturu podnikatelského záměru, právní úpravu a proces, který budoucí podnikatel musí absolvovat před zahájením podnikatelské činnosti a v jejím průběhu. Dále je popsána obchodní a marketingová strategie a analýza podniku, kterou tvoří SWOT analýza, analýza vnějšího prostředí, Porterova analýza, finanční analýza a poměrové ukazatele.

Praktická část je rozdělena na část analytickou a projektovou. V analytické části je popsán podnikatelský záměr a provedena analýza prostředí. Projektová část je tvořena jako postup, neboli návrh projektu pro založení firmy v oblasti poskytování veškerých služeb souvisejících se svatbou. Pro zpracování praktické části byly čerpány informace od podnikatelek, které jsou majitelkami úspěšných svatebních agentur, díky kterým byl získán přehled o konkurenci na trhu, finančním plánu a poté vytvořena analýza. Dále byl zpracován a vyhodnocen dotazník pro potenciální zákazníky, na jehož základě byla navržena marketingová strategie a obchodní plán. V této části práce jsou uvedeny znalosti, zkušenosti a vlastní nápady autorky pro realizaci daného podniku, kterému by se v profesním životě ráda věnovala.

3 – Výsledky a diskuze

Úspěšný podnikatel by měl mít přehled z oblasti financí, marketingu, obchodu, zkušenosti s řízením provozu a zaměstnanců. Mnoho lidí odradí od podnikání finanční nejistota a riziko. Proto je velmi důležité si před založením vlastního podniku ujasnit, po čem v životě opravdu toužíme a co jsme ochotni pro to udělat.

Existuje však několik důvodů, proč se vydat právě cestou podnikání a to: vlastní tvorba, samostatnost, seberealizace, osobní rozvoj v mnoha směrech a především nezávislost. Důležité je přijít s originální myšlenkou, a na ní postavit kvalitní podnikatelský záměr s propracovanou rozvojovou strategií pro daný podnik. Podnikatel je osoba, která přijde s nápadem a využije příležitosti. Je schopna zabezpečit finanční prostředky, má dobré organizační schopnosti, kreativní, iniciativní, cílevědomá a je schopna na sebe vzít zodpovědnost a případná rizika.

Cílem této diplomové práce bylo navržení, vytvoření postupu pro založení svatební agentury s veškerými náležitostmi k realizaci podnikatelského záměru a zhodnocení, zda podnikatelská plánovaná činnost bude prosperující, či nikoliv. Po zpracování celého podnikatelského záměru lze říci, že stanovených cílů bylo dosaženo, tedy lze práci považovat za úspěšnou k realizaci daného podniku, avšak je třeba podotknout, že výsledky neodpovídají plně představám autorky.

Dnes je na Českém trhu poměrně velké množství svatebních agentur, nabízejících pomocnou ruku při organizaci svatby, ale jen málo z nich poskytuje kvalitní služby s profesionálním přístupem. Majitelka svatební agentury Wedding design paní Markéta Fryčová působí na trhu již 15 let. Tato práce je pro ni nedílnou součástí života, vášně, radost, ale samozřejmě i starost. Její názor je, že i přes nasycenost trhu v této oblasti je pro ni konkurenčních svatebních agentur pouze sedm. Práce svatební agentky je opravdu náročná časově a především psychicky. Ostatní agentury jsou zakládány nezkušenými podnikatelkami, které uspořádají pár neúspěšných svateb a většinou za rok svou činnost ukončí a tím pošpiní dobré jméno všech svatebních agentur. Proto je důležité mít opravdu dobře propracovanou strategii, učit se stále novým věcem v oboru, mít pevné nervy, umět jednat s klienty a rychle reagovat na nežádoucí situace. Agentury s letitými zkušenostmi splňují očekávanou kvalitu služeb, avšak v žádaném období svateb jsou jejich kapacity naplněny a tím se snižují jejich

časové možnosti. Za jejich další slabou stránku lze považovat vysokou cenu nabízených služeb, která klienty odrazuje. Tyto mezery na trhu může agentura Campanella vykrýt nabídkou finančně dostupných služeb a časovou flexibilitou.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že mnoho respondentů svatební agentury vůbec nezná, nebo je nevyužívají, ani do budoucna nemají v plánu je využít. Výsledky z průzkumu byly pro budoucí podnikatelku celkem překvapivé. Důležité tedy je se zaměřit na zákazníka a přesvědčit ho, že využití svatební agentury je výhodou k ušetření času, peněz, stresu, starostí s garancí kvality a jistoty ke splnění vysněného svatebního dne. Ukázat klientovi, že služby svatební agentury dnes nejsou žádným zbytečným luxusem. Cestou k dosažení tohoto cíle jsou internetové stránky s kompletním přehledem cen poskytovaných služeb. Možnost vyplnění formuláře svatby na míru, kde zjistí přibližný finanční rozpočet. K dispozici budou i online kurzy pro nevěsty na internetu a zdarma poskytnuta první schůzka s koordinátorkou. Přínosem svatební agentury jsou dále nabízené kreativní služby, jako je prezentace fotografií svatebčanů před tím, než si řekli své „ano“, originální boxy na peníze místo svatebních darů a jiné. Budoucí podnikatelka předpokládá, že během své podnikatelské činnosti nasbírá mnoho zkušeností a bude obohacena o nové nápady, díky kterým bude své služby rozvíjet. Velmi důležité je naslouchat zákazníkovi a uskutečnit jeho sny tak, aby byl maximálně spokojen a tvořil dobré jméno podniku pro další potenciální klienty.

Pokud by příjmy, výdaje a zisky odpovídaly průměrným stanoveným částkám uvedeným v této práci, podnik by byl v prvním roce ve ztrátě, avšak během druhého roku by dosahoval zisku dostačujícího pro jeho budoucí rozvoj. Pokud by byl podnik nadále úspěšný, podnikatelka by plánovala rozšíření agentury do zahraničí, kde by poskytovala nejen služby občanům České republiky do zahraničí, ale i cizincům do naší země. Česká republika je pro cizince finančně velmi dostupným a atraktivním místem s mnoho historickými památkami, zámky a hrady ideální pro uskutečnění svatebního obřadu.

Práce svatební agentky není jednoduchá, ale pokud je dobře odvedená bude pokaždé přinášet pocit, že jste součástí proměny nejemotivnějšího dne svatebčanů v krásnou vzpomínku na celý život.

4 – Seznam použitých zdrojů

Knížní literatura:

1. AMSTRONG, Gary, KOTLER, Philip: *Marketing*
6. vydání Praha: Grada Publishing, a.s. 2003. 864 s. ISBN 978-80-247-0513-2.
2. BLACKWELL, Edward.: *Podnikatelský plán*.
Praha: Readers International Prague, 1993. 134 s. ISBN 80-901454-1-8.
3. BOUČKOVÁ, Jana a kol.: *Marketing*
1. vydání Praha C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1.
4. BURSTINER, Irving, SRPOVÁ, Jitka, PEPRNÝ, Aleš: *Základy maloobchodního podnikání*.
3. aktualizované a doplněné vydání. Praha: Victoria Publishing, 1994. 880 s. Expert (Grada). ISBN 80-856-0555-4.
5. DEDOUCHOVÁ, Marcela: *Strategie podniku*
1. vydání Praha C. H. Beck, 2001. 255 s. ISBN 80-717-9603-4.
6. FOTR, Jiří, SOUČEK, Ivan: *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*.
1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s. 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
7. GERBER, Michael E: *Podnikatelský mýtus*.
2. vydání Praha: Management Press 2006. 223 s. ISBN 80-7261-092-9.
8. HISRICH, Robert. D, PETERS, Michael P: *Založení a řízení nového podniku*.
1. vydání. Praha: Victoria Publishing, 1996. 501 s. ISBN 80-85865-07-6.
9. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar: *Strategický marketing – Strategie a trendy*
1. vydání Praha: Grada Publishing, a.s. 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
10. KEŘKOVSKÝ, Miloslav, VYKYPĚL, Oldřich: *Strategické řízení*
1. vydání Praha C. H. Beck, 2006. 206 s. ISBN 80-7179-453-8.
11. SEDLÁČKOVÁ, Helena, BUCHTA, Karel: *Strategická analýza*
2. přepracované a rozšířené vydání Praha C.H.Beck,2006. 121 s. ISBN 80-7179-367-1.
12. SYNEK, Miloslav a kol: *Podniková ekonomika*.
1. vydání Praha: C. H. Beck, 1999. 456 s. ISBN 80-7179-228-4.
13. SYNEK, Miloslav a kolektiv: *Manažerská ekonomika*.
3. přepracované a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, a.s. 2003. 472 s. ISBN 80-247-0515-X.
14. VEBER, Jaromír, SRPOVÁ, Jitka a kolektiv: *Podnikání malé a střední firmy*.
3. aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, a.s. 2005. 304 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
15. VOCHOZKA, Marek: *Metody komplexního hodnocení podniku*
1. vydání Praha: Grada Publishing 2011, a.s. 246 s. ISBN 978-80-247-3647-1.
16. WUPPERFELD, Udo: *Podnikatelský plán pro úspěšný start*
1. vydání, Praha: Management Press, 2003, 159 s. ISBN 80-7261-075-9.

Právní předpisy:

17. Zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání
18. Zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů
19. Zákon č. 48/1997 Sb. o veřejném zdravotním pojištění
20. Zákon č. 589/1992 Sb. o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti
21. Zákon č. 94/1963 Sb. o rodině
22. Zákon č. 301/2000 Sb. o matrikách, jménu a příjmení
23. Zákon č. 592/1992 Sb. o pojistném na všeobecné zdravotní pojištění
24. Zákon č. 235/2004 Sb. o dani z přidané hodnoty
25. Zákon č. 269/1994 Sb. o rejstříku trestů

Internetové zdroje:

26. Wedding design [online]. 2015 [cit. 2015-05-27]. Dostupné z:
<http://weddingdesign.cz/svatby-po-cely-rok/>
27. Svatební agentka [online]. 2015 [cit. 2015-05-24]. Dostupné z:
<http://www.svatebniagentka.cz/horni-menu/organizace-svatby/svatba-na-klic/>
28. Český statistický úřad – sňatečnost [online]. 2015 [cit. 2015-06-20]. Dostupné z:
<https://www.czso.cz/csu/czso/snatecnost>
29. Vše pro svatby [online]. 2015 [cit. 2015-06-17]. Dostupné z:
<http://vseprosvatby.cz/magazin/0122/vyvoj-poctu-svateb-v-uplynulych-letech.html>
30. Zákony pro lidi [online]. 2015 [cit. 2015-08-12]. Dostupné z:
<http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-207>
31. Ministerstvo financí české republiky [online]. 2015 [cit. 2015-07-12]. Dostupné z:
<http://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/makroekonomika/makroekonomicka-predikce>
32. Web svatba [online]. 2015 [cit. 2015-06-19]. Dostupné z:
<http://www.websvatba.cz/magazin/9-detail-21>
33. Živé firmy [online]. 2015 [cit. 2015-07-13]. Dostupné z:
http://www.zivefirmy.cz/svatebni-agentury_o1003/ceska-republika_r0
34. Expressprint [online]. 2015 [cit. 2015-08-16]. Dostupné z:
<http://www.expressprint.cz/blog/svatebni-rozpocet>
35. Magická svatba [online]. 2015 [cit. 2015-08-19]. Dostupné z:
<http://www.magickasvatba.cz/o-nas.html>
36. Báječná svatba [online]. 2015 [cit. 2015-08-22]. Dostupné z:
<http://www.bajecnasvatba.cz/kurz-koordinace/>
37. Svatební agentura KP [online]. 2015 [cit. 2015-08-22]. Dostupné z:
<http://www.agenturakp.cz/sluzby.html>