

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra systémového inženýrství



Bakalářská práce

Start-up svatební agentury

Anežka Dědíková

© 2023 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Anežka Dědíková

Ekonomika a management

Název práce

Startup – svatební agentury

Název anglicky

Startup – wedding agency

Cíle práce

Cílem této bakalářské práce je zpracování projektu na startup svatební agentury. Podrobné vypracování fází projektu – plánovací, zahajovací, realizační a finalizační. Vytvoření charty projektu, harmonogramu, dále registru rizik a kvantitativní analýzy rizik. Následné zhodnocení výnosnosti svatební agentury. Výslednou bakalářskou práci bych chtěla použít jako podklad k podnikání v tomto oboru.

Metodika

Definice pojmů zabývajících se touto problematikou, na základě odborné literatury.

Po nastudování potřebných informací a vypracování tak teoretické části, bude následovat praktická část. V praktické části bude obsaženo vše potřebné k realizaci projektu z pohledu plánování a řízení. Fáze projektu, logický rámec, registr rizika a kvantitativní analýza rizik.

Doporučený rozsah práce

.

Klíčová slova

svatební agentura, fáze projektu, založení firmy, logický rámec registr rizik

Doporučené zdroje informací

BROŽOVÁ, H. – ŠUBRT, T. – HOUŠKA, M. *Modely pro řízení znalostí a podporu rozhodování*. V Praze: Česká zemědělská univerzita, 2007. ISBN 978-80-213-1633-1.

FOTR, J. – SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0939-2.

FOTR, J. – SOUČEK, I. *Scénáře pro strategické rozhodování a řízení : jak se efektivně vyrovnat s budoucími hrozbami a příležitostmi*. Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 978-80-271-2020-8.

GRASSEOVÁ, M. – DUBEC, R. – ŘEHÁK, D. *Analýza podniku v rukou manažera : 33 nepoužívanějších metod strategického řízení*. Brno: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0032-2.

ZUZÁK, R. *Strategické řízení podniku*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4008-9.

Předběžný termín obhajoby

2021/22 LS – PEF

Vedoucí práce

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra systémového inženýrství

Elektronicky schváleno dne 24. 11. 2021

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 26. 11. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 15. 03. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Start-up svatební agentury" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. 03. 2023

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala panu doc. Ing. Tomáši Šubrtovi, Ph.D. za pomoc a věnovaný čas při zpracování mé bakalářské práce. Také bych ráda poděkovala své rodině a blízkým za pomoc a podporu během mého studia.

Start-up svatební agentury

Abstrakt

Tématem této bakalářské práce je Start-up svatební agentury, která se zabývá organizováním svatebních dnů. Cílem práce je připravit podrobnou studii proveditelnosti tohoto projektu a zhodnotit rizika spojená s tímto podnikáním.

Práce obsahuje literární rešerši, která je podkladem pro praktickou část práce. V té je popsána samotná svatební agentura. Dále je zpracována studie proveditelnosti, jejíž dílčími kroky jsou PEST a SWOT analýza, prognóza poptávky a analýza konkurence. Výsledkem práce je sestavený business model Lean Canvas, a následně jeho ekonomické zhodnocení. V závěru jsou rozebrána rizika tohoto projektu. Bakalářská práce slouží jako podklad pro úspěšné podnikání v této oblasti.

Klíčová slova: svatební agentura, start-up, projekt, studie proveditelnosti, business model Lean Canvas, registr rizik

Start-up wedding agency

Abstract

The topic of this bachelor's thesis is the start-up of a wedding agency that deals with organizing wedding days. The aim of the thesis is to prepare a detailed study of the feasibility study of this project and evaluate the risks associated with this business.

The thesis includes a literature review, which serves as the basis for the practical part of the work. The wedding agency itself is described in this section. Furthermore, a feasibility study is processed, whose partial steps are PEST and SWOT analysis, demand forecast and competition analysis. The result of the work is the compiled Lean Canvas business model, followed by its economic evaluation. Finally, the risks of this project are discussed. The bachelor's thesis serves as a basis for successful business in this area.

Keywords: wedding agency, start-up, project, feasibility study, business model Lean Canvas, risk register

Obsah

1 Úvod.....	10
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce	12
2.2 Metodika.....	12
3 Teoretická část práce	13
3.1 Start-up.....	13
3.1.1 Rozdělení Start-upů.....	13
3.2 Podnikání.....	14
3.2.1 Podnikatel.....	15
3.2.2 Podnik	15
3.2.3 Právní formy podnikání	16
3.3 Živnost.....	16
3.3.1 Ohlášení živnosti.....	17
3.3.2 Rozdělení živností.....	17
3.3.3 Živnostenský rejstřík.....	18
3.3.4 Výhody a nevýhody živnosti.....	18
3.4 Projekt	18
3.4.1 Projektový manažer.....	19
3.4.2 Životní cyklus projektu	19
3.5 Projektové řízení.....	20
3.5.1 Metody projektového řízení	20
3.6 Studie proveditelnosti.....	21
3.6.1 Analýza konkurence.....	21
3.6.2 Prognóza poptávky.....	21
3.6.3 SWOT analýza	22
3.6.4 PEST analýza	22
3.7 Ganttův diagram.....	23
3.8 WBS	23
3.9 Lean Canvas	24
3.10 Analýza rizik	25
3.11 Svatební agentura	26

4 Praktická část práce.....	27
4.1 Popis společnosti.....	27
4.1.1 Způsob podnikání	27
4.1.2 Informační a lidské zdroje	28
4.1.3 Služby společnosti	28
4.2 WBS	32
4.3 Studie proveditelnosti.....	32
4.3.1 Analýza trhu.....	32
4.3.2 Konkurence	32
4.3.3 Prognóza poptávky	34
4.3.4 SWOT analýza.....	36
4.3.5 PEST analýza.....	37
4.4 Časový plán – Ganttův diagram.....	43
4.4.1 Ekonomické zhodnocení modelu.....	44
4.5 Registr rizik projektu.....	46
5 Zhodnocení a závěr	48
6 Seznam použitých zdrojů	49
6.1 Literární zdroje.....	49
6.2 Elektronické zdroje	50
7 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk	53
Přílohy.....	55

1 Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá tématem založení a provozování svatební agentury se zaměřením na start-up podnikání. V posledních letech roste poptávka po profesionální organizaci svatebních ceremonií a zároveň se naskytuje příležitost pro vstup na trh pro nové podnikatele. Svatební průmysl je velmi atraktivní oblastí pro podnikání, která v posledních letech roste a je plná příležitostí pro inovativní a kreativní přístup.

S ohledem na teoretické poznatky a praktické zkušenosti bude ukázáno, jak založit a úspěšně provozovat svatební agenturu v rámci start-up podnikání. Práce je koncipována jako projekt a obsahuje detailní studii proveditelnosti, včetně Ganttova diagramu, WBS a analýzy rizik.

Praktická část této práce se nejprve zabývá popisem samotné agentury, která bude působit v Ústeckém kraji. Detailně jsou popsány poskytované služby Svatební agentura na klíč, Svatební poradenství a Koordinace svatebního dne.

V další části práce se zaměřujeme na analýzu trhu a konkurence. Analýza trhu bude provedena pomocí SWOT a PEST analýz. SWOT analýza nám umožní zhodnotit sílu naší společnosti a zjistit její přednosti, slabiny, příležitosti a hrozby. PEST analýza nám poskytne informace o politických, ekonomických, sociálních a technologických faktorech, které ovlivňují trh a naši společnost. Pro analýzu konkurence jsou prostudovány stávající svatební agentury na trhu a jejich nabídka služeb.

Následujícím krokem v rámci praktické části je tvorba Ganttova diagramu, který pomáhá s plánováním a koordinací projektu. Ganttův diagram ukazuje časovou osu projektu, včetně jednotlivých úkolů a časových limitů, což usnadňuje organizaci a řízení projektu.

Dále je použit model Lean Canvas, který je založen na principu co nejjednoduššího a zároveň nejúčinnějšího podnikatelského modelu. Tento model je následně ekonomicky zhodnocen. V této části jsou uvedeny náklady na založení a provoz agentury a očekávané příjmy. Na závěr praktické části jsou zhodnocena rizika spojená s podnikáním v oblasti svatebních událostí.

V závěru práce je celkové shrnutí pro založení a provozování svatební agentury v rámci start-up podnikání. Hlavním cílem této bakalářské práce je poskytnout podrobný návod, jak založit a provozovat svatební agenturu v rámci start-up podnikání. Díky detailní studii proveditelnosti a analýze rizik bude možné minimalizovat rizika a maximalizovat úspěšnost. Bakalářská práce přináší ucelený náhled na problematiku založení a provozování svatební agentury s ohledem na start-up podnikání. Tato práce bude autorce sloužit jako podklad pro podnikání v této zajímavé a kreativní oblasti.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je příprava daného projektu, konkrétně startup svatební agentury. Podrobné vypracování do finalizační fáze s celkovou studií proveditelnosti a vyhodnocení rizik tohoto předmětu podnikání. Výsledná bakalářská práce bude možná použít jako podklad k podnikání v tomto oboru.

2.2 Metodika

Definice pojmů zabývajících se touto problematikou, na základě odborné literatury. Provedení podrobné analýzy trhu a celkového zájmu o danou službu pomocí analýzy konkurence, SWOT analýzy a PEST analýzy. Vytvoření Ganttova diagramu, využití modelu Lean Canvas k úspěšnému podnikání a následné ekonomické zhodnocení.

3 Teoretická část práce

3.1 Start-up

Slovo „startup“ je převzato z anglického jazyka znamenající spouštět, startovat, začínat. Nejzákladnější vymezení tohoto pojmu je nově vzniklá firma na trhu, která se vyznačuje minimálními náklady, rychlým růstem, krátkou dobou návratnosti investic a vyšší mírou rizika projektu (Blank, 2011).

Neznamená, že nově založená společnost je automaticky startup. V dnešní době není ani nutné, aby startup pracoval v technologickém odvětví nebo se vyznačoval vysokou rizikovostí. Jedinou podstatnou věcí je růst společnosti. Po celém světě vznikají tisíce společností denně, ale jen zlomek jich lze považovat za startup. Pro určení, která z nově založených společností je startup a která ne je právě očekávaný růst ten nejdůležitější faktor. Pokud chce společnost dosáhnout právě onoho růstu, nejdůležitější je pro ně výsledný produkt, protože aby společnost opravdu rychle rostla musí vyrábět produkt po kterém mnoho lidí touží. Startupy se obecně vyznačují malými počátečními náklady a krátkou dobou návratnosti investic. Ale kvůli rychlému růstu je zapotřebí kapitál, který často poskytují investoři vyhledávající právě vidinu rychlého růstu (Graham, 2012).

3.1.1 Rozdělení Start-upů

Problematikou start-up společností se zabývá americký podnikatel, pedagog a řečník Steve Blank (2011), který je rozděluje do šesti kategorií:

- Lifestyle start-upy
- Start-upy malých podniků
- Škálovatelné start-upy
- Komerční start-upy
- Start-upy velkých podniků
- Sociální start-upy

Lifestyle start-upy: se velmi úzce vážou na zájmy podnikatele. Tito zakladatelé pracují v oboru, který jim je blízký a snaží se to převést do formy podnikání. Často se jedná

o menší místní projekty, které jsou z hlediska nákladů a rozsahu nenáročné a nemají za cíl vysoké zisky.

Start-upy malých podniků: Momentálně se jedná o nejpočetnější druh start-upu, který zastává většinu trhu. Jedná se o podniky v lokálních sférách jako například kadeřnictví nebo pekařství. Tyto podniky zaměstnávají místní obyvatele a většina je stěží profitující.

Škálovatelné start-upy: Jedná se o specifickou skupinu start-upu. Hned od počátku jejich existence doufají, že jejich produkt či myšlenka změní svět. Všeobecně se s nimi spojuje vysoká rizikovost, ale s rizikem přichází vidina velkého potenciálního výnosu. Jejich cílem není vydělat si na obživu rodiny, ale maximalizovat tržní hodnotu společnosti, která se postupně stává veřejně obchodovanou což přináší mnohamilionový příjem.

Komerční start-upy: V posledních letech se jedná o stále častěji vyskytující se start-up. Cílem je vybudování profitující podnik, který je nakonec prodán za ceny pohybující se mezi 5 až 50 milióny USD.

Start-upy velkých podniků: Kvůli neustále měnícímu se trhu a požadavkům zákazníků je pro velké společnosti stále obtížnější držet v dnešní době krok se středními a malými inovativními podniky. Právě kvůli složitému procesu inovace velkých podniků je stále častější nákup malých a středních podniků, který je pro velké firmy výhodnější než se pokoušet s nimi držet krok.

Sociální start-upy: nejsou o nic méně ambicióznější než jiné start-upy, ale na rozdíl od škálových nebo jiných start-upů kladoucí si za cíl zisk a rychlou návratnost investice je jejich cílem udělat svět lepším místem. Příkladem jsou neziskové organizace.

(Blank, 2011)

3.2 Podnikání

Podnikání je definováno jako nepřetržitá činnost vykonávaná na vlastní jméno v předem určené oblasti. Podnikání je činnost prováděná na vlastní riziko za účelem dosažení zisků. (Veber, 2012)

3.2.1 Podnikatel

Podnikatel je osoba realizující jistý projekt, se kterým se pojí riziko úspěchu i neúspěchu. To, jestli bude podnikání úspěšné záleží na právě na schopnostech, iniciativě a originalitě podnikatele (Veber, 2012).

Nejpodstatnější právní normou pro každého podnikatele je Obchodní zákoník. Dle obecních ustanovení obchodního zákoníku č. 513/1991 (§2 odst. 2) je podnikatel definován jako:

- a) *osoba zapsaná v obchodním rejstříku,*
- b) *osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,*
- c) *osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,*
- d) *Osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.*

(Raban, 1997)

3.2.2 Podnik

Podnik je základem národního hospodářství, který představuje soubor lidí a finančních prostředků. Základním cílem podniku je dosažení zisku nebo alespoň vyrovnaných nákladů a zisků.

Podniky dělíme podle několika aspektů:

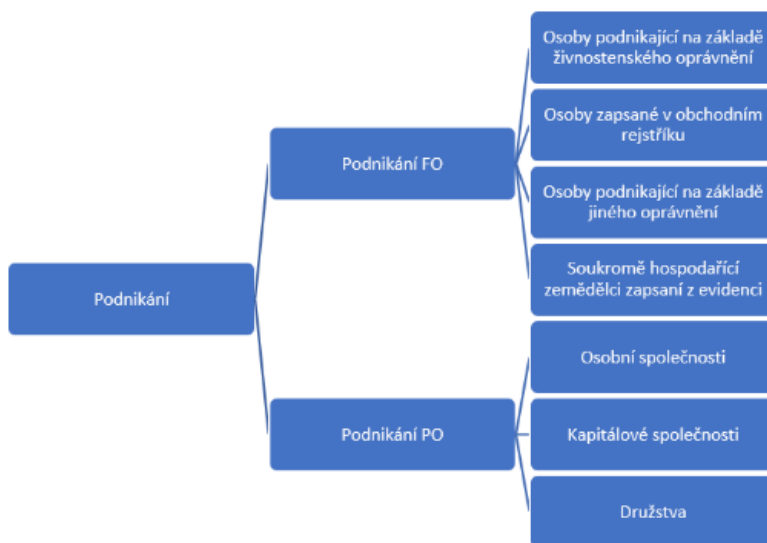
- Předmětu podnikání
- Velikosti podniku
- Způsobu provozování
- Právní formy podnikání

(Římovská, 2014)

3.2.3 Právní formy podnikání

Právo na podnikání vychází v České republice z Listiny základních práv a svobod podle které má právo podnikat či provozovat kteroukoli činnost každý občan (Veber, 2012). Stejně jako právo si vybrat jakou formu podnikání uzná za vhodné. Podnikání rozdělujeme na podnikání fyzických a právnických osob.

Obrázek 1 Právní formy podnikání



zdroj: vlastní zpracování, Veber (2012)

3.3 Živnost

Osoba samostatně výdělečně činná neboli OSVČ je pojem používaný v českých zákonech o dani z příjmů, sociálním zabezpečení a zdravotním pojištění. Jedná se o fyzickou osobu, mající příjmy z podnikání nebo z jiné samostatně výdělečné činnosti. V případě, že fyzická osoba chce podnikat, je povinna nejdříve získat živnostenské oprávnění k provozování podnikatelské činnosti (Srpová, 2010).

3.3.1 Ohlášení živnosti

Ohlášení živnosti provádí právnická či fyzická osoba hodlající v budoucnu provozovat vázanou, řemeslnou nebo volnou živnost. Ohlášení se provádí prostřednictvím jednotného registračního formuláře vydávaným Ministerstvem průmyslu a obchodu (Horzinková, 2018).

3.3.2 Rozdělení živností

Rozlišujeme dva typy živnosti, a to ohlašovací a koncesované. Na rozdíl od koncesované živnosti můžeme ohlašovací živnost provozovat, jakmile ji nahlásíme na příslušný úřad a splňujeme všechny podmínky výše uvedené. Naproti tomu koncesované živnosti je možné provozovat až po udělení speciálního povolení, které vždy uděluje úřad, pod který živnost bude patřit. (Šafrová, 2019)

Ohlašovací živnosti

- Volná živnost – jedná se o nejjednodušší ze všech živností. Po splnění základních podmínek si jednoduše osoba vybere ze seznamu činností ty, které bude chtít provozovat. Příkladem volné živnosti je maloobchod, ubytovací služby nebo služby jiného charakteru atd. zkrátka služby, které nijak nezasahují do bezpečí ani podnikající osoby ani lidí v okolí (Srpková, 2010).
- Řemeslná živnost – Na rozdíl od volné živnosti je ta odborná možná vykonávat pouze při dosažení určitého vzdělání nebo praxe v oboru. Jako uznávané dokumenty se považují výuční listy, maturita nebo diplom v oboru a poslední možností je šestiletá praxe vedená někým se zmíněnými dokumenty. Zkrátka pro výkon řemeslné živnosti je nutné prokázat nějakou formu odborné způsobilosti. Příkladem řemeslné činnosti je například hodinář, zedník klempíř, pokrývač, kadeřnictví či jiné odborné profese.
- Vázaná živnost – Stejně jak už tomu bylo u řemeslné živnosti i u vázané je potřeba odborná způsobilost fyzické či právnické osoby. Živnost se váže na dokument a práci samotnou a bez něj opět není možné práci vykonávat. Typickým příkladem je provozování autoškoly. Pro provozování je nutné mít profesní osvědčení a zároveň minimálně jeden rok praxe v oboru. Živnost je tedy úzce vázaná na profesní list (Lipovská, 2017).

Koncesované živnosti

Kromě základních podmínek pro založení živnosti je u této navíc takzvaná koncese. Speciální povolení příslušného úřadu státní správy jako například ministerstva životního prostředí, hygienické stanice nebo jiných orgánů. Stát tímto má pod kontrolou činnosti kterých se týká větší riziko úrazu nebo činnost spadající do citlivého oboru (Šafrová, 2019). Bez tohoto povolení není možné podnikat v daném oboru. Typickým příkladem je pohřební služba, cestovní kancelář, detektivní služby a další (Lipovská, 2017).

3.3.3 Živnostenský rejstřík

Jedná se o rejstřík spravovaný Ministerstvem průmyslu a obchodu evidující základní informace o fyzických či právnických osobách a předmětu jejich podnikání.

Na požádání může živnostenský úřad vystavovat tyto informace v písemném nebo elektronickém formátu. O tento výpis může podnikatel v případě potřeby zažádat nebo jej v případě změny živnostenský úřad sám pošle (MPO, 2017).

3.3.4 Výhody a nevýhody živnosti

Největší výhodou živnosti spočívá v její nenáročnosti. Kvůli minimu formalit, které je třeba vyřídit je podnikání s živností ideální pro začínající podnikatele. Další nezpochybnitelnou výhodou je možnost začít podnikat téměř s nulovým počátečním kapitálem a budovat podnik tzv. za pochodu. Do jisté míry je pozitivní i volnost při rozhodování, ale v případě možných finančních komplikací ručí podnikatel svým majetkem a přímo ovlivňuje chod rodiny a blízkých. Při vykonávání živnosti je pro podnikatele obtížnější dosáhnout na bankovní úvěry, z důvodu nestálého příjmu. Pro banky se takové osoby jeví jako podstatně rizikovější než například zaměstnanec ve státní sféře (Veber, 2012).

3.4 Projekt

Tak jako u start-upu je s definováním projektu problém v nejednotné definici. Co však o projektu můžeme říct je, že tento pojem během posledních let zdomácněl a už od útlého věku, často už na základních školách jsou dětem zadávány projekty. Projektem se stává například i přestavba rodinného domku ovšem za pravidel projektového managementu (Svozilová, 2007).

Projekt pochází z latinského slova *projectum*. V dnešní době slovo projekt neznamená už jenom sestavení plánu, ale nabývá významu samotné realizace. Projektem tedy míníme řadu po sobě jdoucích činností s počátečním a koncovým datem provádějících za účelem dosažení cíle (Křivánek, 2019).

Je soubor časově ohraničených po sobě jdoucích činností s předem definovaným cílem. Jednoduše řečeno se jedná o množství vstupů a výstupů které jsou potřeba k dosažení cíle. Na projektu se může podílet pouze jedna osoba ale i stovky. V případě, že se jedná o velký projekt je klíčová koordinace několika profesí a týmu k dosažení úspěchu. Projekt je tedy plán postupně přecházející v akci, který má za cíl vylepšení něčeho stávajícího nebo vytvoření něčeho úplně nového (What Is a Project in Project Management?, 2020).

3.4.1 **Projektový manažer**

Projektový manažer je bezpochyby nejdůležitější osoba při tvorbě projektu. Je to právě projektový manažer, kdo sestavuje jednotlivé týmy a přebírá odpovědnost nad vším co se s projektem v danou dobu váže. Je to právě projektový manažer, kdo je odpovědný za výsledek projektu. Jeho zadání se zdá být jednoduché, a to převést teoretický dokument do praktické verze, ale realita je zcela jiná. Ten správný projektový manažer může znamenat ten malý rozdíl mezi úspěchem a neúspěchem projektu, a proto je důležité najít toho pravého. Mezi vlastnosti, které by nás mohli zajímat určitě patří vůdčí schopnosti, diplomatické vlohky pro případné řešení problémů, schopnost racionálně uvažovat, vysoká míra komunikace a další (Englund, 2019).

3.4.2 **Životní cyklus projektu**

Životní cyklus projektu je rámec, který nastiňuje fáze řízení projektu od jeho počátku až po jeho dokončení. Poskytuje projektovým manažerům a zainteresovaným stranám plán, jak plánovat, provádět a vyhodnocovat projekt. Konkrétní fáze životního cyklu projektu se mohou lišit v závislosti na organizaci, odvětví nebo typu projektu, ale obvykle zahrnují následující fáze:

- **Iniciace:** Toto je první fáze životního cyklu projektu, kde je identifikován, vyhodnocen a schválen projektový nápad. Zahrnuje definování rozsahu projektu, cílů a záměrů, stejně jako stanovení potřebných zdrojů, rozpočtu a časových plánů.

- **Plánování:** Tato fáze zahrnuje vypracování komplexního plánu projektu, který nastiňuje rozsah projektu, harmonogram, rozpočet a požadované zdroje. Plán by měl také zahrnovat strategii řízení rizik, komunikační plány a opatření kontroly kvality.
- **Realizace:** Tato fáze zahrnuje realizaci plánu projektu a provádění činností nezbytných k dosažení cílů projektu. Vyžaduje efektivní řízení zdrojů, zainteresovaných stran a rizik.
- **Monitorování a kontrola:** Tato fáze zahrnuje sledování postupu projektu, identifikaci jakýchkoli odchylek od plánu projektu a přijímání nápravných opatření k jejich řešení. Zahrnuje také monitorování a kontrolu projektových rizik, kvality a rozpočtu.
- **Ukončení:** Tato fáze zahrnuje dokončení projektu a jeho uzavření. Zahrnuje předání výstupů zúčastněným stranám, provedení závěrečné revize a zdokumentování získaných zkušeností (Project Management Institute, 2021).

3.5 Projektové řízení

Projektové řízení není pro lidstvo nijak novým pojmem, už od pradávných dob bylo potřeba motivovat, inspirovat a vést tým ke společnému cíli. Náplň projektového řízení se za celou tu dobu samozřejmě měnila, ale ty základní rysy jsou stále stejné. Projektové řízení je dynamický proces, při kterém je důležitá pohotová reakce na podněty, které se čas od času objeví. Každý projekt je svým způsobem specifický, a proto záleží na přístupu projektového managementu. Jde především o to, aby bylo dosaženo změn, a přitom se nevzdálit od plánovaného rozpočtu a časového rámce projektu (Křivánek, 2019).

3.5.1 Metody projektového řízení

Postupem času se vyvinuly různé metody projektového řízení. Jednou z nejoblíbenějších metod je Project Management Body of Knowledge (PMBOK), což je soubor pokynů a osvědčených postupů pro řízení projektů. Mezi další metody patří Agile, Lean a Six Sigma, které se všechny zaměřují na zlepšení efektivity a efektivitu projektu (Project Management Institute, 2021).

Výběr správné metody projektového řízení závisí na povaze projektu a cílech projektového týmu. Projektoví manažeři musí při výběru metody zvážit rozsah, časovou osu,

rozpočet a dostupné zdroje. Důležité je také průběžně vyhodnocovat účinnost zvolené metody a podle potřeby provádět úpravy (Kunovský, 2015).

3.6 Studie proveditelnosti

Studie proveditelnosti je nezbytnou součástí procesu projektového řízení, zejména při určování životaschopnosti navrhovaného projektu. Tato studie posuzuje praktičnost a vhodnost nápadu projektu, včetně finančních, technických, provozních a právních aspektů. Studie proveditelnosti identifikuje veškeré potenciální problémy nebo překážky, které mohou během projektu nastat, a navrhuje jejich řešení. Jeho hlavním účelem je poskytnout osobám s rozhodovací pravomocí potřebné informace, aby se mohli rozhodnout, zda v projektu pokračovat či nikoli (Sieber, 2004)

3.6.1 Analýza konkurence

Analýza konkurence je proces, při kterém se zkoumá a vyhodnocuje konkurence v určitém odvětví. Tento proces zahrnuje sběr a analýzu informací o konkurenčních firmách, včetně jejich produktů, služeb, cenových strategií, marketingových aktivit a silných stránek. Cílem analýzy konkurence je poskytnout firmě ucelený obraz o stavu konkurence na trhu a pomoci jí lépe pochopit, jak může zlepšit své vlastní produkty a služby, aby lépe uspokojila potřeby zákazníků a získala větší tržní podíl (Kotler, 2013).

3.6.2 Prognóza poptávky

Prognóza poptávky je proces předpovídání budoucího chování zákazníků s ohledem na produkt nebo službu nabízenou podnikem. Předpovídání poptávky je podle odborné literatury klíčovým nástrojem pro plánování výroby, distribuce, marketingu a celkového řízení podniku.

Podle Kotlera a Kellera (2013) existuje několik přístupů k prognózování poptávky, včetně statistických metod, průzkumu trhu, expertních odhadů a analýzy trendů. Tyto přístupy lze použít v kombinaci nebo jednotlivě v závislosti na povaze trhu a produktu.

Dalším důležitým prvkem prognózování poptávky je analýza konkurence, protože konkurence ovlivňuje potřeby a chování zákazníků. Podle Kottlera (2017) lze faktory ovlivňující poptávku seskupit do čtyř kategorií: demografické, ekonomické, technologické

a sociální. Začlenění těchto faktorů do prognóz poptávky může podnikům pomoci sladit produkty a služby s potřebami zákazníků a zlepšit jejich pozici na trhu.

3.6.3 SWOT analýza

SWOT analýza je prostředek strategického plánování používaný k identifikaci a analýze silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb podniku nebo organizace. Pomáhá posoudit současnou situaci a vypracovat strategický plán pro dosažení obchodních cílů.

Termín SWOT znamená:

- **Silné stránky:** Vnitřní faktory, které jsou příznivé pro podnik nebo organizaci a lze je využít k dosažení úspěchu.
- **Slabé stránky:** Vnitřní faktory, které jsou pro podnik nebo organizaci nepříznivé a je třeba je řešit, aby se předešlo případným problémům.
- **Příležitosti:** Externí faktory, které představují příležitosti pro růst a úspěch.
- **Hrozby:** Vnější faktory, které by mohly potenciálně poškodit podnik nebo organizaci a je třeba je zmírnit.

SWOT analýzu lze provádět pro různé účely, včetně posouzení aktuální pozice podniku, vyhodnocení potenciálních obchodních aktivit a rozvoje marketingových strategií (Kotler, 2013).

3.6.4 PEST analýza

PEST analýza je nástroj strategického řízení, který se používá k analýze vnějších faktorů, které by mohly mít dopad na podnikání nebo organizaci. Zkratka PEST znamená politické, ekonomické, sociokulturní a technologické faktory. Politické faktory odkazují na vládní politiky, zákony a předpisy, které by mohly ovlivnit organizaci. Ekonomické faktory se týkají makroekonomických podmínek, které by mohly ovlivnit finanční výkonnost organizace. Sociokulturní faktory odkazují na demografické, kulturní a sociální trendy, které by mohly ovlivnit organizaci. Technologické faktory odkazují na technologický vývoj, který by mohl ovlivnit provoz organizace. PEST analýza pomáhá organizacím posoudit vnější prostředí a identifikovat potenciální příležitosti a hrozby (Štarmanová, 2016).

3.7 Ganttův diagram

Ganttův diagram, je vizuální reprezentací harmonogramu projektu. Graf zobrazuje časovou osu projektu, různé zahrnuté aktivity a závislosti mezi nimi. Graf vytvořil Henry Gantt na počátku 20. století a od té doby se stal oblíbeným nástrojem pro řízení projektů.

Ganttovy diagramy jsou užitečné z různých důvodů. Za prvé, umožňují projektovým manažerům jasně vidět časovou osu projektu a identifikovat případná zpoždění nebo úzká místa. Za druhé pomáhají týmům porozumět posloupnosti činností zapojených do projektu a jejich vzájemnému vztahu. A konečně, Ganttovy diagramy lze použít ke sdělování průběhu projektu zúčastněným stranám, jako jsou klienti nebo management (Karaman, 2019)

Ganttovy diagramy se obvykle vytvářejí pomocí specializovaného softwaru, jako je Microsoft Project nebo Asana. Tyto nástroje umožňují projektovým manažerům snadno přidávat, upravovat a odstraňovat úkoly, přiřazovat zdroje a upravovat časové osy podle potřeby. Některý software také umožňuje spolupráci v reálném čase, takže členové týmu mohou spolupracovat na aktualizaci a úpravě grafu.

Celkově jsou Ganttovy diagramy cenným nástrojem pro řízení projektů. Umožňují týmům plánovat, sledovat a řídit projekty efektivněji, což vede k lepším výsledkům a efektivnějšímu využívání zdrojů (Cozma, 2013).

3.8 WBS

Work Breakdown Structure (WBS) je hierarchický rozklad projektu na menší, lépe spravovatelné komponenty. Jedná se o cenný nástroj, který používají projektivní manažeři k plánování a řízení složitých projektů tím, že je rozdělují na menší, lépe zvládnutelné úkoly. WBS poskytuje jasný a strukturovaný pohled na projekt, což usnadňuje identifikaci a alokaci zdrojů, odhad času a nákladů, sledování pokroku a identifikaci rizik a potenciálních problémů (Project Management Institute, 2021).

Výzkum ukázal, že použití WBS může zlepšit výkonnost projektu tím, že zvýší viditelnost projektu, sníží složitost,lepší komunikaci a spolupráci a zajistí, aby byly zohledněny všechny výstupy projektu (Project Management Institute, 2021).

Závěrem lze říci, že WBS je nezbytným nástrojem pro projektové manažery k efektivnímu plánování, provádění a monitorování projektů a poskytuje strukturovaný a organizovaný pohled na součásti a výstupy projektu.

3.9 Lean Canvas

Model Lean Canvas je jednoduchý nástroj pro tvorbu a vyhodnocování obchodních modelů. Je alternativou k tradičnímu obchodnímu plánování a klade důraz na rychlost a flexibilitu v procesu vytváření a testování obchodních nápadů.

Model se skládá z devíti klíčových prvků, které představují nejdůležitější aspekty podnikání. Tyto prvky jsou:

- **Problém:** Co je problém vašich zákazníků?
- **Unikátní přidaná hodnota:** jakou hodnotu nabízíte zákazníkům?
- **Kanály (Cesty k zákazníkům):** jak komunikujete se svými zákazníky?
- **Proud příjmů:** jak generujete příjmy?
- **Klíčové metriky:** které klíčové aktivity měříte?
- **Segmenty zákazníků:** s kým spolupracujete?
- **Řešení:** jak produkt řeší problémy?
- **Struktura nákladů:** jaké jsou vaše obchodní náklady?
- **Konkurenční výhoda:** čím se odlišujete od konkurence?

Model Lean Canvas umožňuje podnikatelům rychle vytvářet a testovat hypotézy o jejich obchodním modelu, identifikovat klíčové faktory úspěchu a identifikovat potenciální problémy nebo mezery v plánu. Podle Rasmussena (2018) je model Lean Canvas nejvhodnější pro podniky v raných fázích, kdy je potřeba rychlé a flexibilní reakce na měnící se podmínky a potřeby trhu. Model je také užitečný pro týmy, které pracují s omezenými zdroji a potřebují se zaměřit na nejzákladnější aspekty svého podnikání.

Obrázek 4 Model Lean Canvas

PROBLEM <i>List your top 1-3 problems.</i>	SOLUTION <i>Outline a possible solution for each problem.</i>	UNIQUE VALUE PROPOSITION <i>Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.</i>	UNFAIR ADVANTAGE <i>Something that cannot easily be bought or copied.</i>	CUSTOMER SEGMENTS <i>List your target customers and users.</i>
	KEY METRICS <i>List the key numbers that tell you how your business is doing.</i>		CHANNELS <i>List your path to customers (inbound or outbound).</i>	
EXISTING ALTERNATIVES <i>List how these problems are solved today.</i>		HIGH-LEVEL CONCEPT <i>List your X for Y analogy e.g. YouTube = Flickr for videos.</i>		EARLY ADOPTERS <i>List the characteristics of your ideal customers.</i>
COST STRUCTURE <i>List your fixed and variable costs.</i>		REVENUE STREAMS <i>List your sources of revenue.</i>		

Zdroj: Lean Canvas – Business Model Toolbox (2022)

3.10 Analýza rizik

Analýza rizik je důležitým procesem pro identifikaci a hodnocení potenciálních hrozeb a nežádoucích událostí v organizaci. Analýza rizik musí být systematický proces, který umožňuje identifikaci všech možných rizik a jejich dopadů na organizaci. Proces analýzy rizik se skládá z několika kroků, včetně identifikace potenciálních rizik, kvantifikace pravděpodobnosti výskytu, stanovení vážnosti dopadů, stanovení priorit a plánování řízení rizik (Častorál, 2017).

Podle Smejkal a Raise (2013) lze analýzu rizik rozdělit do tří základních kroků:

- **Identifikace rizik:** Tento krok zahrnuje identifikaci všech možných rizik, která by mohla mít negativní dopad na projekt. Identifikace rizik se provádí prostřednictvím různých technik, jako jsou brainstorming, SWOT analýza a analýza procesů.
- **Analýza rizik:** V této fázi jsou identifikovaná rizika detailněji analyzována, včetně pravděpodobnosti výskytu a dopadu na projekt. To umožní projektovým týmům stanovit priority a rozhodnout, která rizika je třeba nejprve řešit.

- **Řízení rizik:** Tento krok zahrnuje vývoj plánů pro minimalizaci rizik a následné monitorování a řízení rizik během celého projektu. To může zahrnovat přijetí opatření pro minimalizaci rizik, jako jsou změny plánu projektu, změny procesů nebo získání dodatečných zdrojů.

3.11 Svatební agentura

Svatební agentura je specializovaná agentura, která poskytuje komplexní služby spojené s organizací svatebního dne. Podle Lorenzen (2017) se svatební agentura stává stále více populární volbou mezi páry, kteří si přejí mít dokonalý svatební den bez stresu a starostí spojených s organizací. Svatební agentury obvykle nabízejí služby jako výběr místa pro svatbu, koordinaci dodavatelů, výběr květin, dekorace, catering, hudbu a zábavu.

Klíčovou výhodou svatební agentury je to, že páry mohou být jisté, že jejich svatební den bude plánován s maximální precizností a kvalitou, zatímco se mohou soustředit na své osobní potřeby a přání. Svatební agentura také může pomoci s řešením potenciálních problémů, které mohou během svatebního dne vzniknout (Wilkolaski, 2008).

4 Praktická část práce

4.1 Popis společnosti

Svatební agenturu jsem pojmenovala frází „Yes, I do“, převzatou z anglického jazyka. Tento výraz je se svatbami úzce spjatý, jelikož je používán pro souhlas k uzavření manželství u obřadu. Z tohoto důvodu mi přijde název velice výstižný a na českém trhu se neobjevuje agentura s podobným či dokonce stejným názvem. Jediné pojmenování svatební agentury, které je dá se říct obdobné, je agentura „Yes and Yes“. I přesto se názvy odlišují a nedojde tak k záměně nebo přímé konkurenci v tomto směru.

Svatební agentura zatím nemá žádnou historii. Jediným požadavkem pro založení je splnění formálních kritérií pro samostatnou výdělečnou činnost a následně investování času do návrhu a vytvoření internetových stránek a sociálních sítí. Nejlepší zahájení podnikání je období jara, přesněji v dubnu 2023, neboť podzim a zima jsou tradičně nejslabší období pro svatební průmysl.

Svatební agentura bude působit po celé České republice, ale zacílena bude primárně na zákazníky v Ústeckém kraji, konkrétně v severních Čechách. Agentura bude zaměřena převážně na venkovní svatby, ke kterým bude využívat krásy Národního parku České Švýcarsko.

V Ústeckém kraji je potenciál pro rozvoj svatebního průmyslu poměrně vysoký, což je dáno jednak velikostí a počtem obyvatel kraje, ale také jeho strategickou polohou a turistickým potenciálem. V regionu se nachází mnoho zajímavých přírodních lokalit vhodných pro pořádání svatebních ceremonií a slavností, což může být pro svatební agenturu velkou výhodou.

4.1.1 Způsob podnikání

Jelikož se jedná u start-up podnik a náklady na založení jsou velmi nízké, tak nejvhodnější forma podnikání bude osobou samostatně výdělečně činnou, na základě volné ohlašovací živnosti jako fyzická osoba. Činností živnosti bude zprostředkování obchodu a služeb.

4.1.2 Informační a lidské zdroje

Provozovatelka má zkušenosti s pořádáním společenských akcí, díky kterým má kontakty na mnoho budoucích potenciálních dodavatelů, jako jsou např. DJs.

Dalším zdrojem je absolvování kurzu „Svatební Koordinátor“, který je provozován společností Academy Fields a akreditován Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy. Díky tomuto kurzu má provozovatelka certifikaci svatebního koordinátora (Obrázek 3, Příloha A) a také bohaté znalosti v tomto oboru, ze kterých může čerpat.

Obrázek 7 Odznak – Certifikovaný svatební koordinátor



Zdroj: Wedding Academy Fields (2022)

Hlavním zdrojem lidských sil bude sama majitelka podniku. Z jedné strany to přináší výhodu, jelikož na počátku podnikání není nutné počítat s náklady na další zaměstnance, avšak na druhé straně to může být omezující faktor, neboť celé podnikání bude záviset na jedné osobě, na tom, co dokáže a zvládne fyzicky i psychicky.

4.1.3 Služby společnosti

Svatba na klíč

Tento koncept zahrnuje plnou organizaci a koordinaci svatebního dne. Svatební agentura také koordinuje všechny dodavatele a dodávky, aby zajistila, že všechny aspekty svatebního dne proběhnou hladce a bez stresu pro snoubence.

Služba "svatba na klíč" zahrnuje následující služby:

- **Plánování a organizace svatebního dne:** Svatební agentura si se snoubenci projde celý proces svatebního dne, od plánování, organizace a koordinace, aby se ujistila, že všechno proběhne hladce a bez komplikací. Agentura pomáhá s výběrem nejlepších lokalit pro obřad a hostinu, sestavením rozpisu dne a seznámením se se všemi potřebnými informacemi pro koordinaci dodavatelů a dodávek.
- **Výběr a koordinace dodavatelů:** Svatební agentura koordinuje s dodavateli, jako jsou cateringu, květináři, fotografy, hudebníci a jiné, aby zajistila, že všechny služby budou koordinovány a včas dodány. Agentura také pomáhá s výběrem vhodných dodavatelů pro každý aspekt svatebního dne.
- **Výběr a koordinace dekorací:** Svatební agentura pomáhá s výběrem vhodných dekorací pro obřad a hostinu, včetně květin, stolních dekorací, svíček a dalších doplňků. Agentura se také postará o koordinaci a instalaci dekorací v den svatby.
- **Sestavení rozpočtu:** Svatební agentura pomáhá sestavit rozpočet na svatební den a zajistí, že všechny náklady jsou správně přiděleny. Agentura také pomáhá snoubencům najít způsob, jak ušetřit náklady a zachovat kvalitu svatebních služeb.
- **Koordinace hostů:** Svatební agentura pomáhá s koordinací hostů, včetně koordinace dopravy, ubytování a stravování. Agentura také pomáhá s přípravou pozvánek a RSVP seznamů.
- **Zajištění zábavy pro hosty:** Svatební agentura může také pomoci s výběrem a koordinací zábavy pro hosty, jako jsou DJ, živá hudba, fotokoutky a další zábava. Agentura se také postará o výběr a koordinaci programu pro hosty.
- **Koordinace technického zázemí:** Svatební agentura pomáhá s koordinací technického zázemí, jako jsou ozvučení, světelné efekty a další technická zařízení. Agentura také zajistí, že technické zázemí bude v den svatby funkční a bez problémů.
- **Koordinace kosmetiky a úpravy nevěsty:** Svatební agentura může také pomoci s výběrem a koordinací kosmetických služeb pro nevěstu a ostatní dámy. Agentura také zajistí, že nevěsta bude mít v den svatby dokonalý vzhled.

Celkově tedy služba svatba na klíč zahrnuje kompletní organizaci a koordinaci svatebního dne, aby snoubenci mohli strávit svůj svatební den bez stresu a bez starostí. Svatební agentura se stará o všechny aspekty svatebního dne, od výběru místa až po zábavu pro hosty, aby zajistila, že svatební den bude dokonalý.

Cena za službu: od 30 000 Kč (cca od 50 hodin)

Svatební poradenství

Služba svatebního poradenství poskytuje zaručené rady a pomoc s organizací svatby.

Služby svatebního poradenství:

- **Výběr data a místa svatby:** Poradci pro svatební den pomáhají snoubencům vybrat datum a místo pro jejich svatbu. Pomohou s výběrem vhodného místa a datem tak, aby to vyhovovalo představám snoubenců a aby se dalo všechno potřebné zorganizovat včas.
- **Plánování rozpočtu:** Poradci pro svatební den pomáhají snoubencům plánovat rozpočet pro svatbu. Pomohou sestavit detailní seznam nákladů a vypočítat celkové náklady na svatbu. Dále pak pomohou snoubencům najít způsoby, jak ušetřit peníze a jak rozpočet efektivně využít.
- **Výběr dodavatelů:** Poradci pro svatební den pomáhají snoubencům najít vhodné dodavatele pro svatbu, jako jsou například květinářství, cateringové služby, fotografie, zábava a další. Poradci mají zkušenosti s těmito dodavateli a mohou poskytnout rady a doporučení.
- **Plánování svatebního programu:** Poradci pro svatební den pomáhají snoubencům plánovat svatební program. Pomohou s výběrem hudby, zábavy a dalších aktivit, aby se hosté bavili a aby byl svatební den co nejpříjemnější.

Cena za službu: 5 000 Kč (cca 8 hodin)

Koordinace svatebního dne

Služba koordinace pouze ve svatební den zahrnuje především organizaci a koordinaci průběhu svatebního dne. Mezi konkrétní aktivity, které zahrnuje koordinace ve svatební den patří:

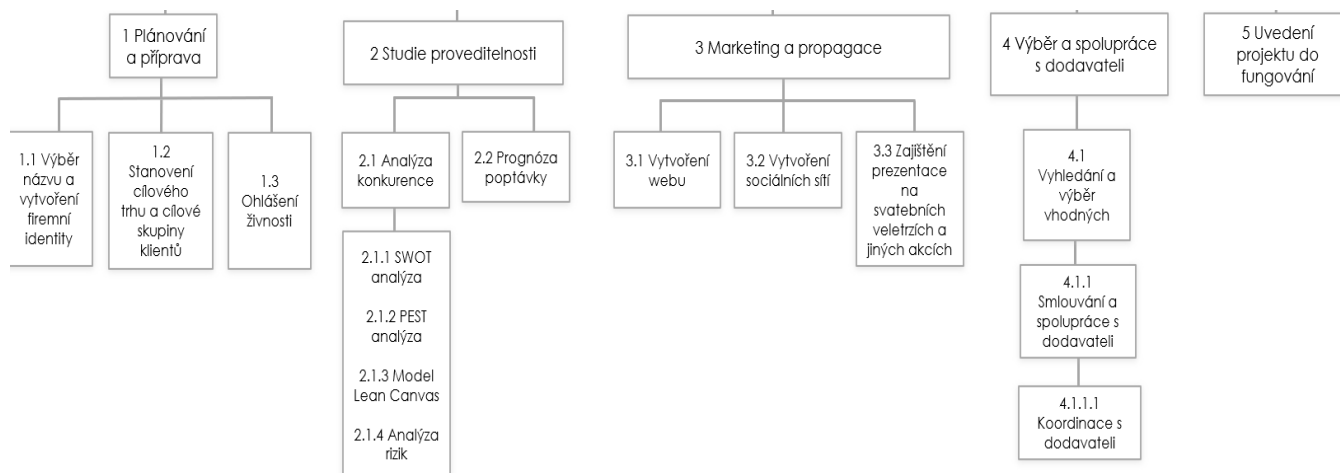
- **Koordinace dodavatelů:** Koordinátor zajišťuje, aby dodavatelé (např. catering, květinářství, fotograf, hudebníci apod.) přišli včas na místo konání svatby a aby se všechny jejich aktivity koordinovaly bez problémů.
- **Koordinace hostů:** Koordinátor zajišťuje, aby hosté byli přivítáni a usazeni na svých místech a aby se všechny aktivity (např. přípitek, krájení dortu apod.) konaly v souladu s plánem.
- **Řešení neočekávaných situací:** Koordinátor je také odpovědný za řešení neočekávaných situací, které by mohly nastat během svatebního dne (např. nečekané počasí, nedostupnost dodavatelů apod.).
- **Monitorování průběhu svatebního dne:** Koordinátor sleduje průběh svatebního dne a řeší případné problémy, aby mohli snoubenci a hosté užívat svůj den bez stresu a starostí.

Cena za službu: 7 000 Kč (cca 6 hodin)

4.2 WBS

Obrázek 10 WBS projektu

Obrázek 11 WBS projektu



Zdroj: vlastní zpracování

4.3 Studie proveditelnosti

4.3.1 Analýza trhu

V této kapitole je podrobně popsána a vypracována analýza trhu, která je pro úspěšný průběh projektu zásadní a umožňuje lepší pochopení prostředí, ve kterém se projekt bude odehrávat. V rámci kapitoly jsou uvedeny následující prvky:

- Analýza konkurence
- Prognóza poptávky pomocí scénářů
- PEST analýza, sloužící k zhodnocení faktorů, které mohou ovlivnit projekt
- SWOT analýza, s ohledem na silné a slabé stránky projektu a možnosti a hrozby, které projekt může čelit.

4.3.2 Konkurence

Začnu porovnáním webových stránek a prezentace jednotlivých svatebních agentur působících v severních Čechách.

Svatby s úsměvem: webová stránka má moderní a přehledný design, nabízí kompletní organizaci svatebního dne včetně doplňkových služeb jako jsou květiny nebo fotografování. Agentura se prezentuje jako zkušený tým profesionálů, kteří se snaží splnit přání a potřeby každého páru (Svatby s úsměvem, 2023).

Svatební agentura Svatební klid: webová stránka má také moderní design, ale nenabízí tak široké spektrum služeb jako předchozí agentura. Zaměřuje se spíše na komplexní organizaci svatebního dne a na své stránce zdůrazňuje, že se snaží minimalizovat stres pro novomanžele (Svatba v klidu, 2023).

Bride to Bride: webová stránka má elegantní a stylový design. Agentura se zaměřuje na svatby v přírodě a nabízí komplexní organizaci svatebního dne, včetně výběru lokality a zajištění cateringových služeb (BRIDE TO BRIDE, 2020).

Svatební agentura Dinoel: webová stránka má jednoduchý design a nabízí komplexní organizaci svatebního dne a doprovodné služby. Agentura se prezentuje jako tým nadšených profesionálů, kteří se snaží splnit přání každého páru (Svatba snů DINOEL, 2019).

Pokud jde o ceny, agentury obvykle nabízejí individuální cenové nabídky, které závisí na konkrétních požadavcích novomanželů. Nicméně, na webových stránkách jsou uvedeny orientační ceny za základní služby jako například organizace obřadu nebo koordinace svatebního dne.

Co se týče recenzí, jednotlivé agentury mají na svých webových stránkách uvedeny reference od spokojených klientů. Je však třeba mít na paměti, že tyto reference jsou samozřejmě vybírány tak, aby prezentovaly agenturu v co nejlepším světle. Proto se doporučuje vyhledat recenze a reference na nezávislých stránkách nebo sociálních sítích.

Podle webových stránek agentur, nabízejí všechny čtyři agentury služby spojené s organizací svateb. Všechny nabízejí plánování svatebního dne, koordinaci a realizaci, a to jak pro svatby v České republice, tak i pro svatby v zahraničí. Mezi další služby patří výběr a koordinace dodavatelů, návrh a design svatebního konceptu, dekorace, květinové aranžmá, hudba, catering, fotografie a video produkce.

Některé agentury nabízejí také služby jako jsou organizace předsvatebních a po-svatebních akcí, jako například focení zásnub nebo balíčky na líbanky. Bridetobride.cz nabízí také službu překladatele pro cizojazyčné svatební hosty. Svatbasnudinoel.cz nabízí služby svatební půjčovny, jako jsou svatební šaty, smokingy a doplňky pro ženicha a družičky. Svatbysusmevem.cz nabízí rozšířené služby jako například organizaci firemních akcí a teambuildingů. Celkově se zdá, že všechny čtyři agentury nabízejí široké spektrum služeb, které jsou typické pro svatební agentury, ale každá z nich také nabízí něco navíc, co může být rozhodujícím faktorem pro zákazníka při výběru konkrétní agentury.

4.3.3 Prognóza poptávky

Na základě znalostí a poznatků z kurzu Svatební Koordinátor, byly pro tři různé scénáře vytvořeny prognózy poptávky. Tři různé scénáře jsou uvedeny v následujících tabulkách, přičemž každý scénář se liší v odhadu poptávky. Optimistický scénář (Tabulka 1) předpokládá výrazně vyšší poptávku než očekávanou a nezahrnuje žádné problémy, zatímco realistický scénář (Tabulka 2) představuje reálně očekávaný odhad poptávky. Na druhé straně pesimistický scénář (Tabulka 3) zahrnuje odhad poptávky, který je nižší než očekávaná. Všechny tři scénáře se týkají služby Svatba na klíč a předpokládají, že budou spuštěny podle plánu.

Tabulka 1 Poptávka – optimistický scénář

Poptávka – optimistický scénář					
Období		Počet osob			Celkem
		40	80	150	
duben	2023	1	1	0	2
květen		1	1	1	3
červen		2	2	1	5
červenec		2	1	1	4
srpen		2	2	1	5
září		3	1	1	5
říjen		2	1	0	3
listopad		1	0	0	1
prosinec		1	0	0	1
leden		2024	1	0	0
únor	0		0	0	0
březen	2		1	0	3
Celkem svateb za 12 měsíců		18	10	5	33

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 3 Poptávka – realistický scénář

Poptávka – realistický scénář					
Období		Počet osob			Celkem
		40	80	150	
duben	2023	1	0	0	1
květen		1	0	0	1
červen		2	1	0	3
červenec		1	2	0	3
srpen		2	1	0	3
září		2	1	0	3
říjen		1	0	0	1
listopad		0	0	0	0
prosinec		0	0	0	0
leden		2024	0	0	0
únor	0		0	0	0
březen	1		0	0	1
Celkem svateb za 12 měsíců		11	5	0	16

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 6 Poptávka – pesimistický scénář

Poptávka- pesimistický scénář					
Období		Počet osob			Celkem
		40	80	150	
duben	2023	0	0	0	0
květen		0	0	0	0
červen		1	1	0	2
červenec		1	1	0	2
srpen		1	1	0	2
září		1	1	0	2
říjen		0	0	0	0
listopad		0	0	0	0
prosinec		0	0	0	0
leden		2024	0	0	0
únor	0		0	0	0
březen	0		0	0	0
Celkem svateb za 12 měsíců		5	3	0	8

Zdroj: vlastní zpracování

4.3.4 SWOT analýza

Tabulka 8 SWOT analýza

	Silné stránky	Slabé stránky
vnitřní prostředí	<ul style="list-style-type: none">• Specializace svateb• Zkušenosti s pořádáním eventů• Kontakty potenciálních zákazníků• Ověření dodavatelé• Kreativita a nadšení pro práci	<ul style="list-style-type: none">• Začínající agentura• Omezená kapacita• Nulové zkušenosti s podnikáním• Předpokládaná sezónnost
	Příležitosti	Hrozby
vnější prostředí	<ul style="list-style-type: none">• Absence kvalitních svatebních agentur v regionu• Rozšíření nabídky služeb• Koncept svateb se neustále vyvíjí• Dobré reference	<ul style="list-style-type: none">• Nová konkurence• Pokles sňatečnosti• Nespokojenost zákazníků• Zásah vyšší moci• Cenová dostupnost

Zdroj: vlastní zpracování

Silné stránky:

Mezi silné stránky vnitřního prostředí patří zkušenosti s pořádáním eventů, kontakty s potenciálními zákazníky, sledování trhu, ověření dodavatelů, kreativita a nadšení pro práci a certifikát o absolvování kurzu Svatební koordinátor. Tyto faktory mohou přispět k úspěšnému založení a provozování svatební agentury.

Slabé stránky:

Na druhé straně jsou slabé stránky, jako začínající agentura a omezená kapacita. To může být pro potenciální zákazníky problematické, protože mohou mít obavy z toho, zda je agentura schopna uspokojit jejich požadavky.

Příležitosti:

Při posuzování vnějšího prostředí jsou příležitostmi rostoucí využití svatebních agentur, dobré reference a neustálý vývoj konceptu svateb. To znamená, že existuje velký potenciál pro úspěšnou svatební agenturu v této oblasti.

Hrozby:

Na druhé straně jsou hrozby konkurence, pokles sňatečnosti, nespokojenost zákazníků, cenová dostupnost a zásahy vyšší moci, které mohou ovlivnit výkon a přežití svatební agentury.

Vzhledem k této SWOT analýze by bylo důležité, aby se nově založená svatební agentura soustředila na silné stránky, jako jsou zkušenosti, ověření dodavatelů a kreativitu, a přitom se soustředila na vylepšení a zdokonalení svých slabých stránek a maximalizovala příležitosti, jako je rostoucí využití svatebních agentur. Hrozby, jako je nová konkurence a nespokojenost zákazníků, by měly být řešeny aktivním sledováním trhu a neustálým zlepšováním kvality.

4.3.5 PEST analýza

Pomocí PEST analýzy identifikujeme tzv. vnější faktory prostředí.

Politicko-právní faktory

Jedním z politicko-právních faktorů je samotné založení volné živnosti, pro které je nutné splnit všeobecné podmínky. Tyto podmínky jsou následující: trestní bezúhonnost, svéprávnost, doložení občanského průkazu a zaplacení správního poplatku 1 000 Kč. Není však povinné dokládat vysokoškolský diplom či maturitní vysvědčení.

Paušální daň je způsob odvodů, který zahrnuje sociální a zdravotní pojištění a také daň z příjmů. Tento typ daně bývá nejčastěji využíván drobnými živnostníky, jejichž roční příjmy nepřesahují 1 milion korun. V roce 2023 činí tato daň 6 208 Kč měsíčně, z toho 2 722 Kč připadá na zdravotní pojištění, 3 386 Kč na sociální zabezpečení a 100 Kč na daň z příjmů. Tyto částky však mohou v průběhu času stoupat, a to v závislosti na hospodářských výsledcích státu, jako je HDP, nezaměstnanost a inflace. (Finanční správa, 2023)

Manželství je definováno v zákoně č. 94/1963 Sb. o rodině a v zákoně č. 301/2000 Sb. o matrikách, jménu a příjmení a o změně některých souvisejících zákonů, a tyto zákony jsou aktualizovány průběžně. V rámci českého rodinného práva je manželství chápáno

jako trvalé spojení mezi mužem a ženou, jehož záměrem je založení rodiny a zajištění spořádané výchovy dětí. Manželství je právním vztahem, který je postaven na zásadách dobrovolnosti a rovnoprávnosti.

Možnost uzavřít manželství je v České republice jak pro občany s trvalým pobytem v zemi, tak i pro cizince s trvalým pobytem. Aby novomanželé mohli uzavřít manželství, musí podat žádost na matriční úřad, který spadá pod správní obvod, kde bude manželství slavnostně uzavřeno.

Ekonomické faktory

Graf 2 Průměrná hrubá měsíční mzda



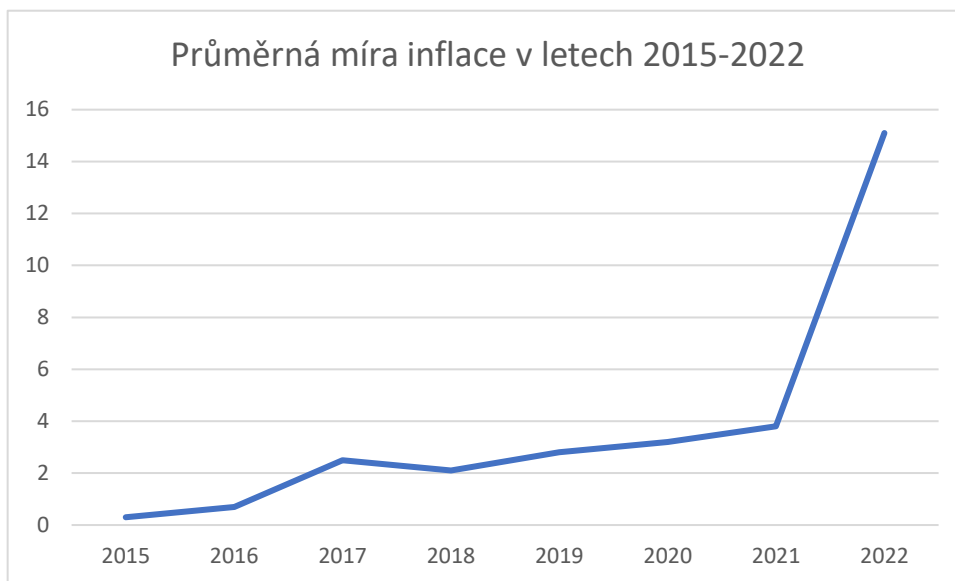
Zdroj: vlastní zpracování, ČSÚ (2022)

Tato data ukazují vývoj průměrné hrubé měsíční mzdy v České republice v letech 2015 až 2021. Zaznamenává se postupný nárůst průměrné mzdy každým rokem. (Graf 1)

V roce 2015 byla průměrná hrubá měsíční mzda v České republice 25 301 Kč a postupně se zvyšovala každým rokem, dosahující v roce 2021 hodnoty 38 027 Kč. Celkový nárůst průměrné mzdy v těchto letech je přibližně o 50 %.

Je třeba si uvědomit, že průměrná mzda je pouze statistickou hodnotou a nezohledňuje rozdíly v odměňování různých profesí, regionů nebo sektorů. Nicméně, tato data naznačují celkový trend zvyšování průměrné mzdy v České republice, což může mít vliv na životní úroveň obyvatelstva a na ekonomický růst země.

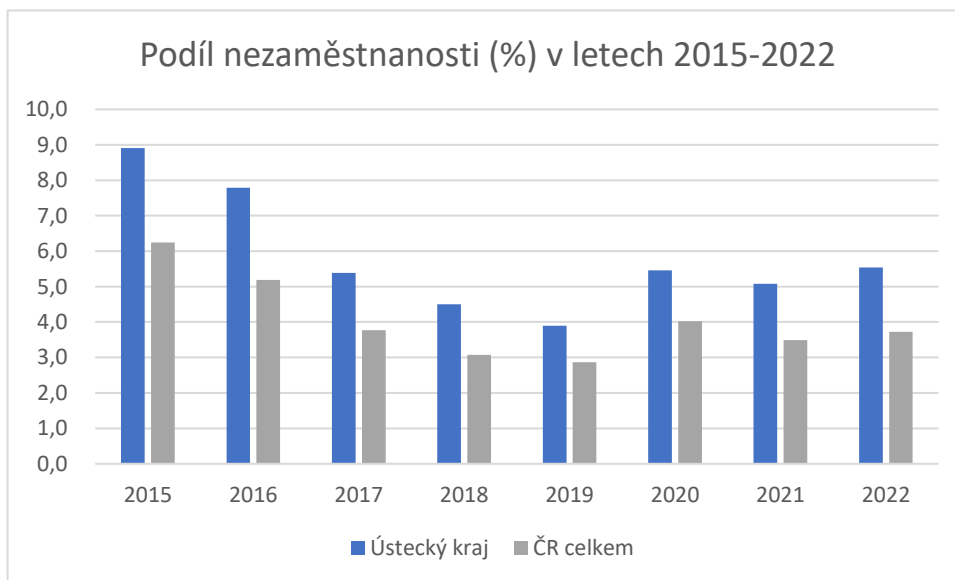
Graf 5 Průměrná míra inflace



Zdroj: vlastní zpracování, ČSÚ (2022)

Graf 2 znázorňuje míru inflace, která zahrnuje procentní změnu průměrné úrovně cen v průběhu posledních 12 měsíců ve srovnání s průměrem cen v předchozích 12 měsících a je vyjádřena jako přírůstek průměrného ročního indexu spotřebitelských cen.

Graf 8 Podíl nezaměstnanosti



Zdroj: vlastní zpracování, ČSÚ (2022)

Podíl nezaměstnanosti pro Ústecký kraj a Českou republiku v letech 2015-2022 se postupně snižoval až do roku 2019 (Graf 3), kdy dosáhl historicky nejnižší hodnoty. Avšak pandemie COVID-19 výrazně ovlivnila hospodářskou situaci a trh práce, což se projevilo i na míře nezaměstnanosti.

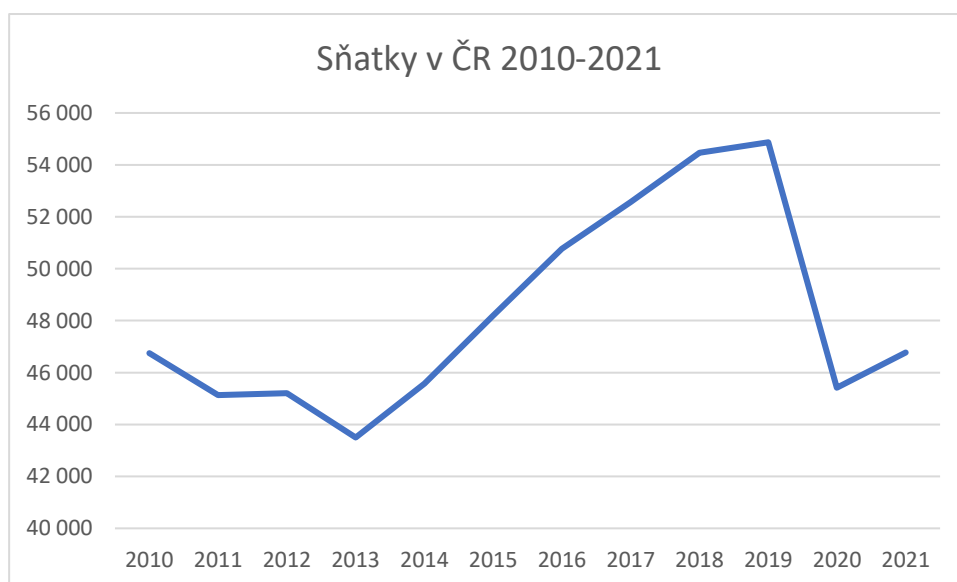
V roce 2015 dosáhl podíl nezaměstnanosti v Ústeckém kraji hodnoty 8,9 % a v České republice 6,2 %. V následujících letech se postupně snižoval a v roce 2019 byla míra nezaměstnanosti v Ústeckém kraji 3,9 % a v České republice 2,9 %.

V roce 2020 došlo k nárůstu míry nezaměstnanosti jak v Ústeckém kraji (5,4 %), tak i v České republice (4 %) v důsledku pandemie. V roce 2021 se míra nezaměstnanosti mírně zvýšila v Ústeckém kraji na hodnotu 5 % a v České republice na hodnotu 3,5 %.

Celkově lze tedy říci, že podíl nezaměstnanosti pro Ústecký kraj a Českou republiku v posledních letech dosáhl historicky nejnižších hodnot, nicméně pandemie COVID-19 měla negativní vliv na trh práce a míra nezaměstnanosti v obou regionech se výrazně zvýšila.

Sociální faktory

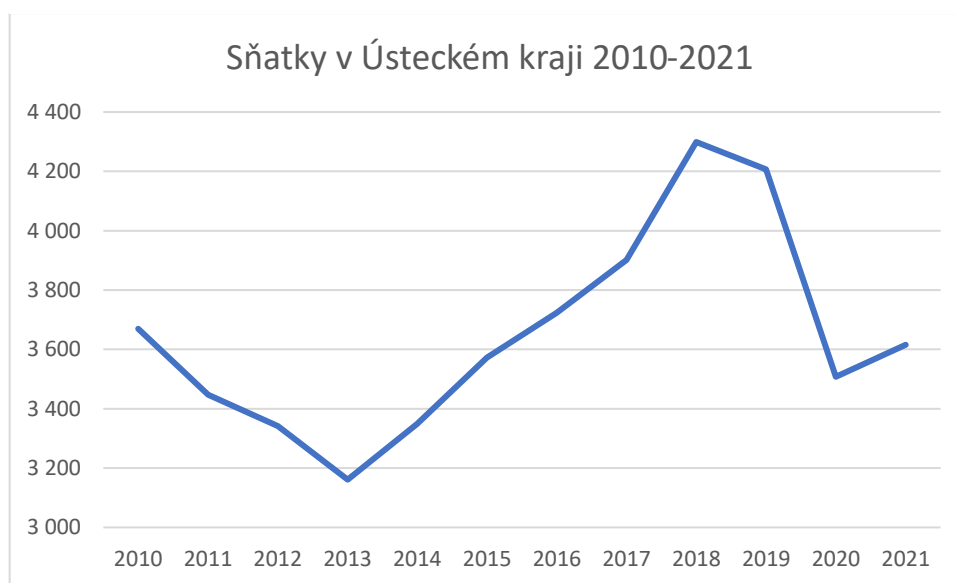
Graf 11 Počet sňatků v ČR



Zdroj: vlastní zpracování, ČSÚ (2022)

Data ukazují, že počet sňatků v České republice od roku 2013 postupně rostl (Graf 4). Nejvyšší počet sňatků byl zaznamenán v roce 2018 s 54 470 sňatky, zatímco o dost nižší počet byl zaznamenán v roce 2020 s 45 415 sňatky. Pokles počtu sňatků může být způsoben různými faktory, jako jsou například změny v trendech společnosti, ekonomické faktory nebo vliv pandemie.

Graf 14 Počet sňatků v Ústeckém kraji



Zdroj: vlastní zpracování, ČSÚ (2022)

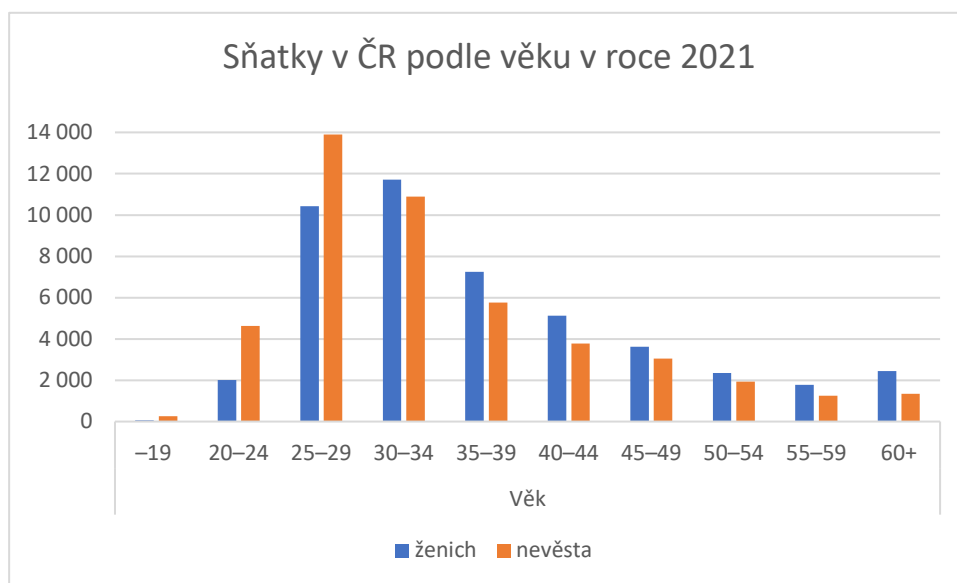
Tato data (Graf 5) uvádějí počet sňatků v Ústeckém kraji za období let 2010-2021. Z těchto dat lze pozorovat několik trendů a změn v průběhu let.

V letech 2010-2013 počet sňatků v kraji klesal, což mohlo být způsobeno ekonomickou krizí a rostoucími náklady na svatby. Od roku 2014 však počet sňatků opět stoupal a dosáhl svého maxima v roce 2018, kdy se uskutečnilo 4299 sňatků. Poté však došlo k poklesu v roce 2020, pravděpodobně v souvislosti s pandemií Covid-19, která měla vliv na počet společenských akcí a svateb.

V roce 2021 se počet sňatků v kraji opět mírně zvýšil oproti roku 2020, což může být důsledkem postupného uvolňování pandemických opatření a většího zájmu o sňatky mezi páry.

Celkově lze tedy říct, že počet sňatků v Ústeckém kraji v průběhu let kolísá a byl ovlivněn různými faktory, jako jsou ekonomické podmínky a pandemie. Nicméně trend v posledních letech ukazuje na stabilizaci počtu sňatků na úrovni okolo 4000 za rok.

Graf 17 Sňatky v ČR podle věku



Zdroj: vlastní zpracování, ČSÚ (2022)

V Grafu 6 můžeme vidět údaje o počtu sňatků v České republice v roce 2021 podle věku ženicha a nevěsty. Z tabulky vyplývá, že nejvíce sňatků se koná ve věku 25-29 let a 30-34 let, kdy se ožení nebo vdají více než deset tisíc lidí. V kategoriích věku nad 35 let se počet sňatků postupně snižuje, nejnižší počet sňatků je u kategorie ženichů starších 60 let a nevěst starších 75 let. Zajímavé je také srovnání počtu sňatků v kategoriích věku mezi ženichy a nevěstami – v kategoriích věku do 34 let se ožení více mužů, než se vdává žen, ale v kategoriích nad 35 let se tento trend obrací a vdávají se více ženy než muži.

Technologické faktory

Svatební agentura se zaměřuje na poskytování služeb, takže technologické faktory nemají pro ni velký význam.

Mezi aktuální trendy v oblasti technologie ale patří také využití sociálních sítí k marketingovým účelům. Tento efektivní nástroj může být pro začínající agenturu klíčový. Spokojenost zákazníků, jejich online recenze a doporučení (tzv. word of mouth) jsou pro nové a menší podniky důležitými faktory, které mohou mít výrazný pozitivní nebo negativní dopad na jejich podnikání.

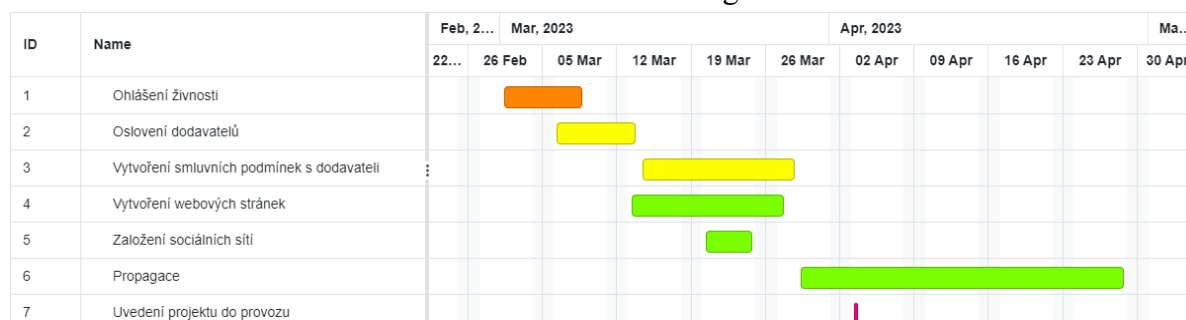
4.4 Časový plán – Ganttův diagram

Pomocí Ganttova diagramu můžeme přehledně zobrazit celkový plán realizace projektu.

Hlavní činnosti, potřebné k uvedení projektu do fáze realizace:

- Ohlášení živnosti – Pokud jsou dodrženy požadavky stanovené živnostenským zákonem týkající se oznámení podnikání, živnostenský úřad má povinnost zapsat podnikatele do živnostenského rejstříku a poskytnout mu výpis do 5 pracovních dnů od doručení oznámení.
- Oslovení dodavatelů – kontaktování potenciálních dodavatelů (floristé, kapely, svatební místa, vizážisté, floristé...) k získání informací o jejich produktech, službách a cenách
- Najít nejvhodnějšího dodavatele pro určitou potřebu, srovnat nabídky a rozhodnout se pro nejlepší řešení.
- Vytvoření smluvních podmínek s dodavateli – po získání informací, výběr nejvhodnějších dodavatelů a vytvoření smluvních podmínek
- Vytvoření webových stránek – po domluvení smluvních podmínek dodavateli mohou být stránky kompletní
- Založení sociálních sítí – po domluvení smluvních podmínek s dodavateli
- Propagace – začne po vytvoření webových stránek a sociálních sítí, bude probíhat po celou životnost projektu
- Uvedení projektu do fungování – 3. 4. 2023

Obrázek 12 Ganttův diagram



Zdroj: vlastní zpracování Business model – Lean Canvas

Obrázek 13 Model Lean Canvas

PROBLÉM -nedostatek zkušeností s organizací svateb -omezený finanční rozpočet -zanepřítomnost -nedostatek zkušeností v oblasti cestování	ŘEŠENÍ -svatební poradenství -zprostředkování low cost svateb -zprostředkování svateb na klíč -zajištění svatební cest	UNIKÁTNÍ PŘIDANÁ HODNOTA -usnadnění organizace svatby -krásná svatba za nízké náklady -svatba snů bez starostí -full servis a pohodlí na svatební cestě	KONKURENČNÍ VÝHODA -obsáhlá databáze dodavatelů	SEGMENTY ZÁKAZNÍKŮ -svobodné páry -páry s omezeným finančním rozpočtem -páry s vysokými příjmy -novomanželé
	KLÍČOVÉ METRIKY -počet svateb zprostředkovaných za 1 měsíc		CESTY (KANÁLY) K ZÁKAZNÍKŮM -online kanály (FB, Instagram) -webové stránky	
STRUKTURA NÁKLADŮ - paušální daň -webové stránky -internetové připojení -neomezený tarif -internetová reklama		PROUD PŘÍJMŮ -zprostředkování svateb na klíč -svatební poradenství -zajištění svatebních cest		

Zdroj: vlastní zpracování

4.4.1 Ekonomické zhodnocení modelu

V této části se zaměřujeme na hodnocení ekonomické efektivity našeho vytvořeného modelu Lean Canvas. Jsou zde prezentovány odhady pevných nákladů a výnosů, na jejichž základě zhodnotíme, zda a za jakých podmínek by náš model mohl na trhu uspět. Výnosy počítáme pouze z uspořádaných Svateb na klíč, jelikož tato služba bude hlavní náplní práce a přijímána primárně. Služby jako Koordinace svatebního dne a Svatební poradenství budou služby spíše doplňkové.

Tabulka 11 Měsíční náklady a výnosy

Náklady		Výnosy	
Webové stránky	900 Kč	1 svatba na klíč	30 000 Kč
Mobilní tarif	600 Kč		
Internetové připojení	500 Kč		
Paušální daň	6 208 Kč		
Celkem	8 208 Kč		

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 10 Roční náklady a výnosy

Náklady		Výnosy	
Webové stránky	10 800 Kč	8 svateb na klíč	240 000 Kč
Mobilní tarif	7 200 Kč		
Internetové připojení	6 000 Kč		
Paušální daň	74 496 Kč		
Celkem	98 496 Kč		

Zdroj: vlastní zpracování

$$\text{Výnosy} - \text{Náklady} = \text{Výsledek Hospodaření}$$

$$240\,000 - 98\,496 = \mathbf{141\,504\,Kč}$$

Z poznátek z kurzu víme, že během svatební sezóny (období od března do října) lze uspořádat 30 až 40 svateb. Nicméně, zohledňujeme-li to, že se jedná o novou agenturu na trhu a bude tedy potřeba získat zákazníky, v počátcích budeme realizovat méně svateb, přičemž 8 svateb se jeví jako reálné číslo (pesimistická varianta). Cena naší služby Svatba na klíč začíná od 30 000 Kč, ale tato suma může být ovlivněna mnoha faktory, jako mohou být například požadavky klientů a počet hostů. Cena byla určena na základě cen konkurence a doporučení profesionálů z již zmiňovaného kurzu. Cena musí být atraktivní a věrohodná, ale zároveň musí pokrýt náklady na provoz. Provozní náklady nejsou vysoké, ale časová náročnost je vysoká a těžko předvídatelná před každou svatbou.

Roční náklady agentury činí 98 496 Kč, zahrnují pevné náklady jako paušální daň, provoz webových stránek, připojení k internetu a mobilní tarif.

Při realizaci 8 svateb za minimální částku 30 000 Kč, budou příjmy 240 000 Kč za 1 rok. Podle těchto podmínek by bylo podnikání výnosné, pokryly by se všechny náklady a získali bychom zisk ve výši 141 504 Kč. Z těchto dat můžeme vidět, že i pesimistický scénář (8 svateb za 12 měsíců, viz. Tabulka 3) by pro agenturu byl výnosný. Tento scénář je tedy velmi uspokojivý, protože bychom nepodnikali se ziskem záporným. Implicitní

náklady v podobě podnikatelské mzdy nejsou uvedeny, protože předpokládáme, že toto podnikání nebudeme realizovat jako primární činnost od samého začátku. Můžeme podnikat vedle jiného zaměstnání na živnostenský list, což snižuje riziko podnikání s negativním ziskem.

4.5 Registr rizik projektu

Tabulka 12 Registr rizik projektu

Číslo rizika	Název rizika	Stupeň výskytu	Dopad na projekt	Návrh prevence	Stupeň dopadu
1	Špatné reference od zákazníků	2	Menší zájem o služby agentury, méně potenciálních zákazníků	Práci odvádět kvalitně, originálně na profesionální úrovni	4
2	Nespolehlivost dodavatelů	2	Špatné reference od zákazníků	Spolupracovat pouze s ověřenými, profesionálními dodavateli	3
3	Konkurence	3	Ztráta potenciálních zákazníků, méně zakázek	Práci odvádět kvalitně, originálně na profesionální úrovni	3
4	Pokles sňatečnosti	1	Nedostatek zakázek	Neovlivnitelné	3
5	Zásah vyšší moci	1	Žádné nebo omezené zakázky	Neovlivnitelné	4
<p>Hodnotící škála (vztahuje se na stupeň výskytu a stupeň dopadu)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1- Velmi malé riziko 2- Malé riziko 3- Střední riziko 4- Vysoké riziko 5- Velmi vysoké riziko 					

Zdroj: vlastní zpracování

V Tabulce 4 vidíme jednotlivá rizika se stupněm výskytu, možným dopadem na projekt, návrhem prevence a stupněm dopadu. Jednotlivá rizika jsou tato:

1. Špatné reference od zákazníků – Toto riziko může mít vážný dopad na úspěch svatební agentury, protože špatné reference mohou odradit potenciální zákazníky. Je proto důležité, aby agentura poskytovala vysokou kvalitu služeb a aby byla k dispozici pro komunikaci s klienty a řešení případných problémů.
2. Nespolehlivost dodavatelů – Toto riziko může mít negativní dopad na kvalitu služeb, které agentura poskytuje. Je důležité spolupracovat pouze s ověřenými a profesionálními dodavateli, aby se minimalizovala pravděpodobnost problémů s jejich nespolehlivostí.
3. Konkurence – Toto riziko je běžné v oblasti svatebních agentur, protože existují i jiné firmy, které nabízejí podobné služby. Je důležité, aby agentura se zaměřila na poskytování kvalitních a originálních služeb, aby si udržela konkurenční výhodu.
4. Pokles sňatečnosti – Toto riziko je neovlivnitelné a může být způsobeno mnoha faktory, jako je například ekonomická situace nebo trendy v manželství. Nicméně agentura by se mohla zaměřit na inovativní marketingové strategie, aby získala větší zájem klientů.
5. Zásah vyšší moci - Toto riziko může být způsobeno například přírodní katastrofou nebo politickými událostmi, které mohou omezit možnosti agentury získat nové zakázky. Nicméně agentura by mohla mít připravené plány na přizpůsobení se situaci a na minimalizaci dopadu na své služby a zákazníky.

5 Zhodnocení a závěr

Cílem bakalářské práce byla příprava projektu, konkrétně start-upu svatební agentury s podrobným vypracováním do finalizační fáze, celkovou studií proveditelnosti a vyhodnocení rizik tohoto předmětu podnikání.

Na základě provedené analýzy trhu a proveditelnosti je možné vyvodit závěr, že založení svatební agentury s poskytováním služeb Svatba na klíč, Svatební poradenství a Koordinace svatebního dne v Ústeckém kraji je velmi reálné a perspektivní. V oblasti svatebních událostí se stále objevují nové a inovativní nápady, a lze předpokládat, že tato oblast bude mít stále rostoucí poptávku. Podle provedených analýz je také zjevné, že trh je poměrně rozmanitý a nabízí mnoho příležitostí pro rozvoj. To poskytuje dobré východisko pro založení a úspěšné provozování svatební agentury v rámci start-up podnikání v tomto regionu. Na druhé straně mohou hrozby konkurence, pokles sňatečnosti, nespokojenost zákazníků, cenová dostupnost a zásahy vyšší moci ovlivnit výkon a přežití agentury. Proto je důležité soustředit se na silné stránky agentury a zároveň pracovat na zlepšení, maximalizování příležitostí a minimalizování rizik a hrozeb. To by mohlo vést k úspěšnému založení a provozování svatební agentury.

Model Lean Canvas ukazuje, že náklady na založení a provoz svatební agentury jsou poměrně nízké v porovnání s potenciálními příjmy. Dokazuje nám to ekonomické zhodnocení modelu, na kterém můžeme vidět, že i v případě pesimistické varianty (8 Svateb na klíč) bude výsledek hospodaření kladný. Díky tomu by založení svatební agentury bylo ekonomicky výhodné.

Celkově lze říci, že tato bakalářská práce splnila svůj cíl a poskytla ucelený pohled na založení a provozování svatební agentury v rámci start-up podnikání v Ústeckém kraji. Výstupy práce, jako je Ganttův diagram, analýza rizik, poskytují přesný návod na to, jak úspěšně založit a provozovat svatební agenturu a zároveň minimalizovat rizika spojená s podnikáním v této oblasti. Tato práce tak může být využita jako cenný podklad pro autorku, která se chce věnovat podnikání v oblasti svatebních událostí.

6 Seznam použitých zdrojů

6.1 Literární zdroje

1. ČASTORÁL, Zdeněk, 2017. Management rizik v současných podmínkách. Vydání I. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. ISBN 978-80-7452-132-4.
2. ENGLUND, Randall L. a Alfonso BUCERO, 2019. The Complete Project Manager: Integrating People, Organizational, and Technical Skill. 2. vyd. Oukland: Berrett-Koehler Publishers. ISBN 978-1-5230-9840-8.
3. HORZINKOVÁ, Eva a Václav URBAN. Živnostenský zákon: Praktický komentář. 15. Vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2018, 119-121 s. ISBN 978-80-7598-090-8.
4. Karaman, E., & Kurt, M. (2019). Analysis of the Benefits of Using Gantt Chart for Project Management. International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT), 8(4), 2111-2116.
5. KOTLER, Philip, Hermawan KARTAJAYA a Iwan SETIAWAN, 2017. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. ISBN 978-1-119-34120-8.
6. KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. Marketing management. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.
7. KŘIVÁNEK, Mirko, 2019. Dynamické vedení a řízení projektů: systémovým myšlením k úspěšným projektům. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0408-6.
8. KUNOVSKÝ, Jiří a Petr NAVRÁTIL, 2015. Projektový management: základy řízení projektů. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-546-8.
9. LIPOVSKÁ, Hana. Moderní ekonomie. Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0120-7.
10. LORENZEN, Grace, 2017. How To Start A Wedding Planning Business: A straightforward guide to becoming a wedding planner, with sample templates to get you started!. CreateSpace Independent Publishing Platform. ISBN 978-1536979275.
11. PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2021. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). Seventh edition. Project Management Institute. ISBN 978-1628256642.
12. RABAN, Přemysl, 1997-. *Obchodní zákoník ...: komentář, judikatura*. Praha: Eurounion. ISBN 80-7317-021-3.

13. ŘÍMOVSKÁ, Pavla, 2014. Metodické postupy v projektování podnikatelských projektů: teoretické přístupy a praktické návody k aplikaci. Vyd. 2. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta. ISBN isbn:978-80-213-1828-1.
14. SIEBER, Patrik, 2004. Studie proveditelnosti: Feasibility study : metodická příručka. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
15. SMEJKAL, Vladimír a Karel RAIS. Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2013, 483 s. Expert. ISBN 9788024746449.
16. SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ, 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.
17. SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA, 2017. Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0407-9.
18. SVOZILOVÁ, Alena, 2007. Projektový management: Systémový přístup k řízení projektu; Plán a rozpočet projektu; Řízení projektových týmů; Kontrola postupu projektu; Řízení projektových rizik; Osobnost manažera. Dotisk 2007. Praha: GRADA Publishing. ISBN 80-247-1501-5.
19. ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. Základy úspěšného podnikání: Průvodce začínajícího podnikatele. Grada, 2019. ISBN 978-80-271-2182-3.
20. VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ, 2012. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.
21. WILKOLASKI, Sherrie a Cho PHILLIPS, 2008. How to Start a Wedding Planning Business. Garnet Press, Self Published Marketing Group. ISBN 978-14116-64449.

6.2 Elektronické zdroje

1. BLANK, Steve, 2011. Why Governments Don't Get Startups [online]. In: . 2011 [cit. 2021-12-20]. Dostupné z: <https://steveblank.com/2011/09/01/why-governments-don%E2%80%99t-get-startups/>
2. BRIDE TO BRIDE: nejen svatební agentura [online], 2020. Liberec [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.bridetobride.cz/>

3. Cozma, R., & Bologa, R. (2013). Gantt Chart – A Useful Tool for Planning and Controlling Projects. *Annals of the University of Petrosani, Economics*
4. Český statistický úřad: Demografická příručka - 2021 [online], 2023. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/demograficka-prirucka-2021>
5. Český statistický úřad: Inflace - druhy, definice, tabulky [online], 2023. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/mira_inflace
6. Český statistický úřad: Mzdy, náklady práce [online], 2023. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xu/mzdy-xu>
7. Český statistický úřad: Obyvatelstvo - roční časové řady [online], 2023. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cr_od_roku_1989_podil_nezamestnanych
8. Český statistický úřad: Podíl nezaměstnaných osob v ČR a krajích, 2005-2022 [online], 2022. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cr_od_roku_1989_podil_nezamestnanych
9. Finanční správa: Daně - obecné informace [online], 2023. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.financnisprava.cz/cs/dane/dane/dan-z-prijmu/pausalni-dan/obecne-informace>
10. GRAHAM, Paul. Startup = Growth. [Www.paulgraham.com](http://www.paulgraham.com) [online]. 2012 [cit. 2022-11-29]. Dostupné z: <http://www.paulgraham.com/growth.html>
11. Lean Canvas - Business Model Toolbox: Business Model Toolbox - Design and Challenge your Business Model [online], 2022. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://bmttoolbox.net/tools/lean-canvas/>
12. Online Gantt: Free Online Gantt Chart Software [online], 2023. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.onlinegantt.com/#/gantt>
13. Svatba snů DINOEL [online], 2019. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.svatbasnudinoel.cz/index.php/cs/>
14. Svatba v klidu: Svatební koordinátorka Veronika Slavíková - svatby v Liberci, v Praze a po celé ČR [online], 2023. Liberec [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.svatbavklidu.cz/>
15. Svatby s úsměvem: plánování a koordinace svateb [online], 2019. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://svatbysusmevem.webnode.cz/>

16. ŠANDA, Robert, 2021. Pohyb obyvatelstva - 1. pololetí 2021. In: *Český statistický úřad* [online]. 2021 [cit. 2022-01-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cris/pohyb-obyvatelstva-1-pololeti-2021>
17. What Is a Project in Project Management?: FAQ | Project Management Guide [online], 2020. Dostupné také z: <https://www.wrike.com/project-management-guide/faq/what-is-a-project-in-project-management/>
18. Živnostenský rejstřík. MPO [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2017 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/zivnostensky-rejstrik/zivnostenskyrejstrik--227173/?fbclid=IwAR2uMgEAPvqhukeT89qkKgrMk6Kvk9w0swgs5hZPNWjIZvWd7kQV4U4mzM>.

7 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

Seznam obrázků

Obrázek 1 Právní formy podnikání.....	16
Obrázek 2 Model Lean Canvas.....	25
Obrázek 3 Odznak – Certifikovaný svatební koordinátor	28
Obrázek 4 WBS projektu.....	32
Obrázek 5 Ganttův diagram.....	43
Obrázek 6 Model Lean Canvas.....	44

Seznam tabulek

Tabulka 1 Poptávka – optimistický scénář.....	34
Tabulka 2 Poptávka – realistický scénář	35
Tabulka 3 Poptávka – pesimistický scénář.....	35
Tabulka 4 SWOT analýza	36
Tabulka 5 Roční náklady a výnosy	45
Tabulka 6 Měsíční náklady a výnosy	45
Tabulka 7 Registr rizik projektu.....	46

Seznam grafů

Graf 1 Průměrná hrubá měsíční mzda	38
Graf 2 Průměrná míra inflace	39
Graf 3 Podíl nezaměstnanosti	39
Graf 4 Sňatky v ČR.....	40
Graf 5 Sňatky v Ústeckém kraji.....	41
Graf 6 Sňatky v ČR podle věku	42

Seznam použitých zkratk

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

DPH – Daň z přidané hodnoty

FO – Fyzická osoba

HDP – Hrubý domácí produkt

OSVČ – Osoba samostatně výdělečně činná

PO – Právnická osoba

PMBOK – Project Management Body of Knowledge

PMI – Project Management Institute

RSVP – Répondez s'il vous plaît (francouzská fráze „Prosím, odpovězte.“)

WBS – Work Breakdown Strucutre

Přílohy

Příloha A – Certifikát o absolvování kurzu Svatební Koordinátor

