ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru

Establishment of enterprice based on a specific business plan

Kasíková Pavla

Plzeň, 2014

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta ekonomická
Akademický rok: **2013/2014**

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Pavla KASÍKOVÁ**
Osobní číslo:	**K10B0123P**
Studijní program:	**B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Podniková ekonomika a management**
Název tématu:	**Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru**
Zadávající katedra:	**Katedra podnikové ekonomiky a managementu**

Zásady pro vypracování:

1. Představte podnikatelský záměr.
2. Analyzujte okolí.
3. Sestavte marketingový plán, plán personálního zabezpečení, finanční plán.
4. Zhodnoťte rizika a další vývoj.

Rozsah grafických prací: **neuveden**

Rozsah pracovní zprávy: **40 - 60 stran**

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

Seznam odborné literatury:

- **TAUER, Vladimír, ZEMÁNKOVÁ, Helena a ŠUBRTOVÁ, Jana.** *Získejte dotace z fondů EU: tvorba žádosti a realizace projektu krok za krokem: metodika, pravidla, návody.* **Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2009, 160 s. ISBN 978-80-251-2649-3.**
- **VEBER, Jaromír, SRPOVÁ, Jitka a kol.** *Podnikání malé a střední firmy.* **1. vydání. Praha: Grada, 2004, 304 s. ISBN 80-247-1069-2.**
- **WUPPERFELD, Udo.** *Podnikatelský plán pro úspěšný start.* **Vyd. 1. Praha: Management Press, 2003, 159 s. Malé a střední podnikání. ISBN 80-7261-075-9.**

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Lenka Zahradníčková**
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **25. října 2013**

Termín odevzdání bakalářské práce: **25. dubna 2014**

Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan

L.S.

Doc. Ing. Emil Vacík, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 25. října 2013

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v přiložené bibliografii.

V Plzni, dne 1. 5. 2014

podpis autora

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucí bakalářské práce paní Ing. Lence Zahradníčkové za spolupráci a pomoc, ochotu, trpělivost a podnětné připomínky, které mi poskytla během konzultací a díky kterým jsem mohla úspěšně dokončit svou bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD 7
1 ZÁKLADNÍ POJMY 8
1.1 Podnikání 8
1.2 Podnikatel 8
1.3 Obchodní korporace 9
1.3.1 Společnost s ručením omezeným (s. r. o.) 9
1.3.2 Živnostenské oprávnění 11
2 PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR 12
2.1 Podnikatelský záměr 12
2.2. Podnikatelský plán 13
2.2.1 Titulní list 13
2.2.2 Obsah 14
2.2.3 Úvod, účel a pozice dokumentu 14
2.2.4 Shrnutí 15
2.2.5 Popis podnikatelské příležitosti 15
2.2.6 Cíle firmy a vlastníků 17
2.2.6.1 Cíle firmy 17
2.2.6.2 Další pracovníci firmy 18
2.2.7 Potencionální trhy 20
2.2.8 Analýza konkurence 22
2.2.9 Marketingová a obchodní strategie 25
2.2.9.1 Marketingová strategie 25
2.2.9.2 Produkt 26
2.2.9.3 Cena 26
2.2.9.4 Distribuce 29
2.2.9.5 Marketingová komunikace 30
2.2.10 Realizační projektový plán 33
2.2.11 Finanční plán 34
2.2.11.1 Zahajovací rozvaha 35
2.2.11.2 Konečná rozvaha 38
2.2.11.3 Výkaz zisku a ztráty 39

2.2.11.4 Dotace 39
2.2.12 Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu 40
2.2.12.1 SWOT analýza 40
2.2.12.2 Rizika projektu 42
2.2.13 Přílohy 43
3 POTENCIÁL DALŠÍHO VÝVOJE SOUKROMÉ MATEŘSKÉ ŠKOLY SLŮNĚ, S. R. O. 44
3.1 Rozšíření nabídky zájmových kroužků 44
3.2 Péče o děti mladších tří let 44
3.3 Spolupráce s velkými firmami 44
4 ZÁVĚR 45
5 SEZNAM TABULEK 46
6 SEZNAM OBRÁZKŮ 47
7 SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK 48
8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY 49
8.1 Literatura 49
8.2 Internetové zdroje 50
9 SEZNAM PŘÍLOH 52

ÚVOD

Tématem bakalářské práce je zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru, pozornost bude věnována zahájení soukromé mateřské školy. Před začátkem podnikání bychom měli mít stanovené jasné vize a cíle, mít realistický, promyšlený a propracovaný plán. Nezbytný je i průzkum trhu a konkurenceschopnost v daném odvětví, oboru či lokalitě.

Náplní bakalářské práce je představit a popsat podnikatelský záměr a podnikatelský plán, vhodně vybrat právní formu společnosti a rozhodnout se, zda bude člověk podnikat jako fyzická nebo právnická osoba. Dále zpracovat analýzu okolí, SWOT analýzu, sestavit marketingový a finanční plán, vytvoření plánu personálního zabezpečení a zhodnocení rizik a dalšího vývoje.

Bakalářská práce bude rozdělena do několika kapitol a podkapitol, které budou vzájemně, a provázaně řazeny v logickém sledu.

Problém s nedostatečnou nabídkou míst v mateřských školách začal již v 90. letech, kdy rapidně poklesla porodnost a státní mateřské školy byly městy a obcemi postupně zrušeny. V posledních několika letech došlo k velkému nárůstu porodnosti a statní mateřské školy nemají tak velké kapacity. I když soukromé mateřské školy už v České republice již delší dobu fungují, pořád existuje větší poptávka, než je nabídka. Otázkou je, jak dlouho bude poptávka větší a jaká bude prognóza porodnosti na další roky. Soukromé mateřské školy jsou vyhledávané také z důvodu dalších služeb, které poskytují, např. přijetí dětí mladších tří let, výuku cizích jazyků, individuální přístup apod. Naopak nevýhodou je především finanční náročnost.

Cílem této bakalářské práce je realizace soukromé mateřské školy, stanovení kroků vedoucí k založení soukromé mateřské školy. Dále analýza současného situace na trhu a zpracování podnikatelského záměru, plánu personálního zabezpečení, finančního a marketingového plánu. Součástí práce je také provedení SWOT analýzy a zhodnocení dalšího vývoje mateřské školy.

1 ZÁKLADNÍ POJMY

1.1 Podnikání

"*Soustavná činnost prováděna samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku*". (obchodní zákoník, 2014)

Podnikání je snaha o dosažení zisku (zhodnocení vloženého kapitálu), uspokojování potřeb zákazníků prostřednictvím trhu, naplňování společenského poslání podniku, nutnost čelit riziku.

Podnikat mohou fyzické osoby, právnické osoby a stát.

1.2 Podnikatel

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

Podnikatel je fyzická nebo právnická osoba, která soustavně podniká a splňuje některou z těchto podmínek:

- je zapsán do obchodního rejstříku,
- podniká na základě živnostenského oprávnění,
- podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštních předpisů. (business.center.cz, 2014)

Obligatorní podmínky k zahájení podnikání :

- plnoletost (starší 18 let)
- svéprávnost (způsobilá osoba k právním úkonům)
- bezúhonnost (bez trestného činu). (business.center.cz, 2014)

1.3 Obchodní korporace

Do obchodních korporací spadají obchodní společnosti. Výběr obchodní společnosti má nesmírný význam pro každou firmu. Jde o podnikatelské rozhodnutí, které bude mít pro firmu dlouhodobé ekonomické, daňové a právní důsledky. Společnosti jsou:

- osobní obchodní společnosti - v. o. s., k. s.,
- kapitálové obchodní společnosti - s. r. o., a. s.,
- evropská společnost a evropská družstevní společnost. (Zákon o obchodních korporacích, 2014)

„*Družstvy jsou družstva a evropská družstevní společnost.“* (Zákon o obchodních korporacích, 2014)

Pro založení mateřské školy byla zvolena společnost s ručením omezeným, která bude založena jednou osobou, a to Pavlou Kasíkovou. Spol. s r. o. byla vybrána z důvodu, že ji může založit i jedna osoba, není administrativně náročná a základní kapitál je již od 1 Kč.

1.3.1 Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)

Společnost se zakládá sepsáním společenské smlouvy. Vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku. Společnost může být založena i jednou osobou – v tomto případě se sepisuje zakladatelská listina. Název firmy musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, „spol. s r. o. „ nebo „s. r. o.“. (Zákon o obchodních korporacích, 2014)

Zákon o obchodních korporacích požaduje, aby společenská smlouva obsahovala tyto náležitosti:

- určení druhu podílů každého společníka a práv a povinností s nimi spojených, pokud smlouva povoluje různé druhy podílů
- počet jednatelů a způsob jejich jednání za společnost
- vkladovou povinnost zakladatelů
- údaj kdo je jednatel, kdo členem jiného orgánu, kdo správce vkladu
- u nepeněžitého vkladu jeho popis a ocenění
- určení osoby znalce, která provede ocenění nepeněžitého vkladu. (Vasdanovyporadce.cz, 2014)

Kontrolní orgánem je dozorčí komise. Kontrolní orgán není povinnost vytvářet, nestanoví-li společenská smlouva jinak. Jednatel nesmí být členem dozorčí rady. Minimální výše vkladu každého společníka je 1 Kč. Vklady mohou být peněžité či nepeněžité – ocení znalec vedený v seznamu znalců. Společník může vlastnit více podílů. Základní podíl – podíl, se kterým nejsou spojena žádná zvláštní práva a povinnosti. Další druhy podílů si může společnost vytvářet dle svého uvážení – např. podíl s přednostním právem na zisk, s pevným podílem na zisku apod. Další druhy podílů si může společnost vytvářet dle vlastního uvážení – např. podíl s přednostním právem na zisk, s pevným podílem na zisku apod. Společníci se podílejí běžně na zisku v poměru svých podílů, lze však upravit podíly na zisku v jiném poměru. Podíly na zisku schvaluje valná hromada společnosti, avšak o konečné výplatě rozhoduje jednatel společnosti. Jednatel je povinen ověřit si, zda společnost na výplatu podílů vůbec má tzv. test solventnosti. Pokud by výplatou podílu na zisku přivodil společnosti úpadek – nesmí zisk vyplatit, ani na něj vyplácet zálohy. ZOK nevyžaduje povinnost vytvářet rezervní fond. Za dluhy společnosti ručí společníci společně a nerozdílně do výše nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku. (Vasdanovyporadce.cz, 2014)

Před založením společnosti Mateřské soukromé školy Slůně, s. r. o. je nutný notářský zápis, kde se sepíše zakladatelská listina. K zakladatelské listině potřebujeme splňovat tyto podmínky: zletilost, svéprávnost, bezúhonnost (občanský průkaz, výpis z rejstříku trestů) a doložení sídla společnosti, v našem případě ulice Generála Lišky 6, Plzeň - Černice 326 00. Na základě notářského zápisu získáme oprávnění k podnikání na živnostenském úřadě za poplatek 1 000 Kč. V bance po předložení notářského zápisu vznikne smlouva o složení kapitálu v částce 140 000 Kč. Souhlas s umístěním sídla musí být úředně ověřen podpisem a doložen i výpis z katastru nemovitosti. Po splnění těchto náležitostí je podán návrh na zápis do OR. Podrobné údaje jako je právní forma podnikání, ulice, jednatel, apod. se uvádí do samostatného formuláře. Návrh je dokládán listinami (přílohami): notářský zápis, výpis z TR, čestné prohlášení podnikatele, že splňuje podmínky, výpis z živnostenského úřadu, potvrzení banky o složení kapitálu, prohlášení správce vkladu, že byl složen základní kapitál, souhlas o umístění sídla a výpis z katastru nemovitostí, CD, kde jsou všechny listiny v PDF.

1.3.2 Živnostenské oprávnění

Založení soukromé mateřské školy předchází získání příslušného živnostenského oprávnění. V tomto případě záleží, zda péče bude věnována dětem do tří let věku, individuálně či dětem od tří let věku. (Firemnifinance.cz, 2010)

V případě založení mateřské školy pečující o děti do tří let věku jedná se o vázanou živnost Péče o dítě do tří let věku. Kromě všeobecných podmínek (18 let, právní způsobilost a trestní bezúhonnost) je zapotřebí také odborná způsobilost, např. všeobecné zdravotní sestry, zdravotního asistenta, ošetřovatele, porodní asistentky nebo záchranáře. Dále sociálního pracovníka nebo pracovníka sociálních služeb podle zákona o sociálních službách. Pokud mateřská škola bude nabízet i individuální péči, uvažujeme o volné živnosti Poskytování služeb pro rodinu a domácnost. Volná živnost nevyžaduje žádné vzdělání, stačí splnit všeobecné podmínky. Zakládáme-li školku pro děti od tří let věku, lze ji provádět pod volnou živností Mimoškolní výchova a vzdělání, pořádání kurzů, školení, včetně lektorské činnosti. Obsahem živnosti je výuka dětí od tří let v předškolních zařízeních, výuka v soukromých školách a zařízeních sloužících odbornému vzdělání, pokud tato nejsou zařazena do rejstříku škol a školských zařízení. Obsahem živností je také výuka cizích jazyků, výuka hry na hudební nástroj, výtvarného umění, uměleckého tance atd., takže v rámci této živnosti lze nabízet i kroužky a různé zájmové aktivity. (Firemnifinance.cz, 2010)

Začínající soukromá mateřská škola Slůně, s. r. o. se bude věnovat péči o děti od 3 do 6 let věku. V tomto věkovém rozmezí očekáváme největší zájem o služby mateřské školy. Z 50 dotazovaných rodičů má více jak polovina děti ve věkovém rozmezí 3 až 6 let. Dotazník je uveden v příloze D.

2 PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

2.1 Podnikatelský záměr

"Podnikatelský záměr je dlouhodobá strategie podnikání, která přehledně zobrazuje záměry podnikání. Tento dokument přesně definuje v jaké fázi se podnik či podnikatelská myšlenka nachází a kolik úsilí se bude pro zahájení podnikání či jeho rozvoj potřeba." (Ipodnikatel.cz, 2013)

Ačkoliv se podnikatelský záměr a podnikatelský plán zdají být synonymy, podnikatelský plán je psaný strukturovaný dokument, který vychází z podnikatelského záměru. V tomto dokumentu na sebe věcně a logicky navazují klíčové oblasti, které souvisí se záměrem. (Contrust.cz, 2014)

Podnikatelský záměr potřebují buď začínající podnikatelé, kteří se snaží uspět v podnikání, nebo zkušení podnikatelé, kteří rozvíjejí další příležitosti v jejich podnikání. Začínající podnikatelé si sami pro sebe tvoří podnikatelský záměr, aby si ujasnili kroky, které vedou k zahájení podnikatelské činnosti. Podnikatel však může díky tomuto dokumentu požádat banku, či investora o finanční výpomoc na zahájení podnikání. Naopak hlavním účelem zavedených podniků může být získání dotací na rozvoj jejich podnikání. (Ipodnikatel.cz, 2013)

Podnikatelským záměrem je založení soukromé mateřské školy Slůně, s. r. o. s celoročním provozem v centru Plzně. Společnost se zaměří na výchovu a vzdělání dětí ve věku 3 až 6 let. Kapacita bude činit 10-20 dětí. Dle věkových rozdílů budou děti rozděleny v průběhu dne do dvou skupin, aby bylo možné se každé skupině věnovat individuálně, a případně připravit děti pro navazují školní docházku. Mateřská škola bude také zajišťovat různé aktivity, jako je například dětský aerobic a jóga, ruční práce jako malování, kirigami, origimi, divadelní představení, dětské oslavy apod.

2.2. Podnikatelský plán

Struktura podnikatelského plánu není striktně stanovena. Jsou různé struktury podnikatelského plánu. Pro plány soukromé mateřské školy budeme vycházet z literatury Podnikatelský plán a strategie od Srpové 2011. Mezi základní body podnikatelského plánu patří:

1. *˝titulní list;*
2. *obsah;*
3. *úvod, účel a pozice dokumentu;*
4. *shrnutí;*
5. *popis podnikatelské příležitosti;*
6. *cíle firmy a vlastníků;*
7. *potencionální trhy;*
8. *analýza konkurence;*
9. *marketingová a obchodní strategie;*
10. *realizační projektový plán;*
11. *finanční plán;*
12. *hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu;*
13. *přílohy „* (Srpová a kolektiv, 2011, s. 14)

2.2.1 Titulní list

"Na titulní stranu uvedeme obchodní název a logo firmy, název podnikatelského plánu, jméno autora, klíčových osob, zakladatelů, datum založení apod. Doporučuje se zde také uvést prohlášení typu: "Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoli způsobem rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora." (Srpová a kolektiv, 2011, s. 15)

Titulní list podnikatelského plánu mateřské školy Slůně, s. r. o. je uveden v příloze A.

2.2.2 Obsah

Obsah by měl být krátký a přehledný. Měl by být omezen na jednu až jednu a půl strany formátu A4. Do obsahu uvádíme nadpisy první, druhé a třetí úrovně, další členění se stává nepřehledné. (Srpová a kolektiv, 2011). V této práci není uveden, neboť je patrný z rozsahu bakalářské práce.

2.2.3 Úvod, účel a pozice dokumentu

Aby nedošlo k nedorozumění mezi autorem a čtenářem podnikatelského plánu, zařadíme úvod na jeho začátek. Uvedeme, zda se jedná o zkrácenou verzi plánu, plnou verzi plánu, ve které některé kapitoly budou doplněny nebo upřesněny, či se jedná o finální verzi podnikatelského plánu. (Srpová a kolektiv, 2011)

Soukromá škola Mateřská škola Slůně, s. r. o. bude zřízena v plzeňské části Černice a provoz bude zahájen 1. 7. 2014. Předmětem podnikání je mimoškolní výchova a vzdělání pro děti do 6 let včetně. Zakladatelkou mateřinky je Pavla Kasíková. Jedná se o plnou verzi podnikatelského plánu, ve které budou informace v následujících kapitolách blíže specifikovány a upřesněny.

Tabulka č. 1: Základní údaje o společnosti Mateřská škola Slůně, s. r. o.

Obchodní název	Mateřská škola Slůně, s. r. o.
Sídlo	Generála Lišky 6, Plzeň - Černice 326 00
Právní forma	Společnost s ručením omezeným
Základní kapitál	140 000 Kč
Majitelka	Pavla Kasíková
Telefon	+420777555333
Email	msslune@seznam.cz
Provozní doba	Pondělí - pátek: 6:00 - 17:00
Kapacita	10-20 dětí
Školné	6 500 Kč za měsíc

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

2.2.4 Shrnutí

Shrnutí chápeme jako zhuštěný popis podrobněji zpracovaných stránek. Následující body nám mohou sloužit jako hrubá osnova:

- Jaké produkty budeme poskytovat?
- Konkurenční výhoda našich výrobků či služeb a jaký užitek přináší zákazníkovi?
- Velikost trhu, růst a chování zákazníků.
- Kdo jsou klíčové osobnosti?
- Finanční informace, kapitálová náročnost, potřeba cizích zdrojů, délka financování, schopnost splácení cizích zdrojů aj.

Shrnutí umisťujeme na začátku podnikatelského plánu, přestože ho zpracováváme jako poslední, tj. v době, kdy máme celý plán hotový. Rozsah shrnutí závisí na charakteru podnikatelského záměru a na výši kapitálu. (Businessinfo.cz, 2012)

Mateřská škola Slůně, s. r. o. nabízí rodičům služby výchovné a vzdělávací. Je situována na strategickém místě nedaleko novostaveb. Blízké době se očekává v lokalitě Černice nárůst porodnosti a společnost Slůně je jediná soukromá školka v okolí. Výše školného, které za měsíc docházky činí 6 500 Kč, je srovnatelná s ostatními mateřskými školami v Plzni. V příloze B je uvedeno sídlo mateřské školky na mapě.

2.2.5 Popis podnikatelské příležitosti

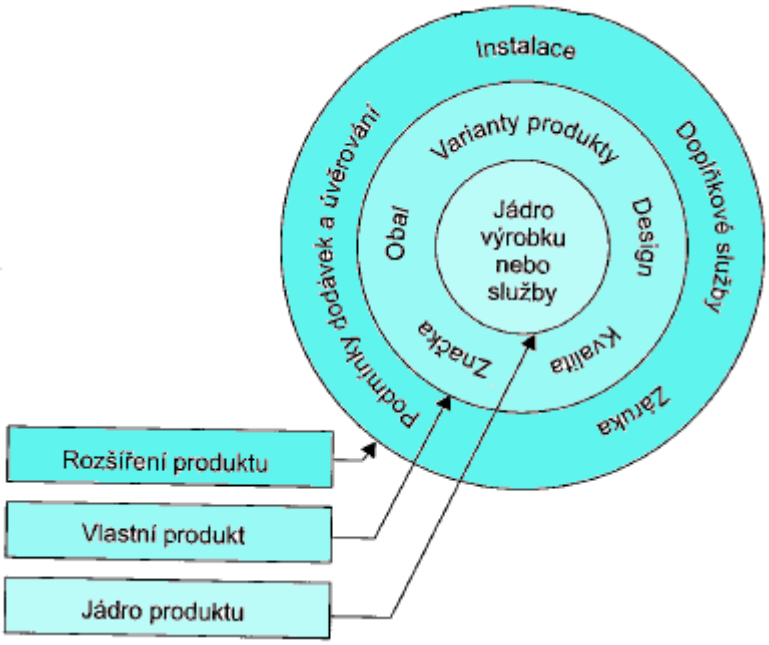
Úkolem je přesvědčit čtenáře, že právě my máme pro realizaci našeho nápadu ty nejlepší předpoklady a že je ten nejvhodnější okamžik pro uskutečnění. Musíme uvést, jak bude naše myšlenka převedena do podoby tržeb a zisku a kdo náš výrobek či službu potřebuje. V rámci popisu podnikatelské příležitosti se zaměříme na:

- popis produktu (výrobku nebo služby);
- konkurenční výhodu produktu;
- užitek produktu pro zákazníka. (Srpová a kolektiv, 2011)

Popis produktu určuje vlastnosti v případě služby a fyzický vzhled v případě výrobku. Výrobek popíšeme, objasníme, k čemu bude sloužit a jaké má vlastnosti. Je dobré uvést, zda se jedná o výrobek zcela nový, nebo už na trhu nabízený Zmíníme i doplňující nabídku služeb. To může být například opravářské a údržbářské práce, servisní podpora zákazníků, zaškolení pro správné používání výrobku, instalace a

montáž nebo poradenské služby. Důležité, co bude zákazníka zajímat je výsledná cena. Pokud nabízíme službu, uvedeme, v čem spočívá a jak funguje. Jak bude služba poskytována a která zařízení budou potřeba či jaké vybavení vyžaduje. Produkt můžeme definovat jako cokoli, co slouží k uspokojení lidských potřeb. Proces tvorby produktu můžeme řešit jednotlivými úrovněmi produktu, kterými jsou jádro produktu, vlastní produkt a rozšířený produkt. Viz obrázek č. 1. (Srpová, Řehoř, 2010)

Obrázek č. 1: Úrovně produktu



Zdroj: Srpová, Řehoř, 2010, s. 200

Náš výrobek nebo služba musí mít **konkurenční výhodu**, musí být lepší než konkurenční nabídky. Dnes už nestačí být stejně dobrý jako ostatní firmy, musí přijít s lepší nabídkou pro zákazníka, zajímavější koncepcí, profesionálnějším servisem. (Srpová a kolektiv, 2011)

Podnikatelský plán může být úspěšný pouze tehdy, jestliže náš produkt přinese **užitek pro zákazníka.** Musíme vědět, na které trhy se chceme orientovat a kdo jsou naši zákazníci a jaký je růstový potenciál. (Srpová a kolektiv, 2011)

Situace v České republice a zejména v Plzni je, co do kapacity mateřských školek, alarmující. Rodiny s dětmi tak přicházejí o značné peněžní příspěvky, protože

musejí zůstat déle doma se svými ratolestmi a stát už další roky nepřispívá na domácnost. Je proto nutné zřídit školní instituci pro předškolní děti.

Služby Mateřské školy Slůně zahrnují aspekty výchovné a vzdělávací, tj. týká se zdravého vývoje a prospívání každého dítěte, jeho učení, socializace a i společenská. Dbá se na individuální rozvoj možností a potřeb dítěte. V naší nabídce služeb naleznete také malování, keramiku, cvičení, tanec a samozřejmě výuku cizích jazyků, výlety do přírody a různé tematické akce spojené např. se svátky (Velikonoce, Vánoce, apod.). Dle 50 dotazových rodičů by byl největší zájem o dětská cvičení, ruční práce a o výuku cizích jazyků. Kompletní dotazník naleznete v příloze D.

2.2.6 Cíle firmy a vlastníků

Úspěšná realizace podnikatelského záměru závisí především na podnikatelské a odborné schopnosti managementu. Investoři důkladně prověřují vedení a zaměstnance firmy. V této kapitole se zaměříme na:

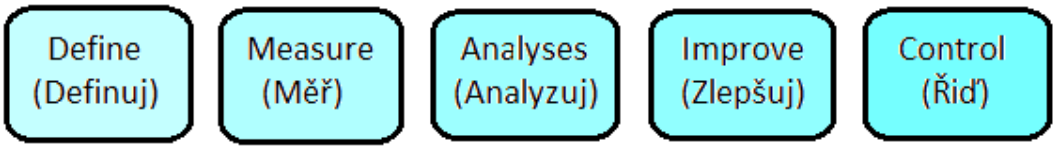
- cíle firmy;
- cíle vlastníků a manažerů firmy;
- další pracovníky firmy;
- poradce. (Businessinfo.cz, 2012)

2.2.6.1 Cíle firmy

Nejprve stručně zmíníme historii firmy. Uvedeme datum založení, právní formu, vlastnickou strukturu, oblasti činnosti, hlavní produkty aj. Poté budeme definovat vizi, představu o tom, kam bude firma směřovat a kam se chce posunout v určitém časovém horizontu. Od vize se odvíjí cíle firmy. Stanovené cíle firmy by měly být SMART. SMART je anglický výraz pro chytrý a v managementu zároveň zkratka pro metodiku stanovování cílů. Viz obr. 2. Tato slova stručně popisují, jaké vlastnosti mají mít stanovené cíle:

- *specific* - specifické, přesně poptané;
- *measurable* - měřitelné;
- *achievable* - atraktivní, akceptovatelné;
- *realistic* - reálné;
- *timed* - termínované. (Businessvize.cz, 2010)

Obrázek č. 2: SMART cíle



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Soukromá mateřská škola Slůně, s. r. o. zatím žádnou historii firmy nemá, jelikož se jedná o novou společnost. Do 3 let by se mateřská škola měla stát dobře prosperující společností. Konkrétní cíle, kterých by Slůně chtělo dosáhnout:

- Od 1. ledna 2014 do 1. června 2014 budovu přizpůsobit předškolním dětem a vytvořit prostory, které by odpovídaly hygienickým normám daných zákonem.
- Doplnit prostory nábytkem, hračkami a dalším vybavením v hodnotě 110 000 Kč, ve kterém se naši nejmenší budou cítit pohodlně a příjemně.
- Slůně uvést do provozu 1. 7. 2014 a zajistit kapacitu alespoň z 60 %.
- Do roku 2017 prosperovat a být výdělečnou soukromou mateřskou školou v Plzni.

2.2.6.2 Další pracovníci firmy

Vhodné je popsat organizační struktury firmy a uvést, kolik zaměstnanců bude firma mít, jakou budou mít kvalifikaci a jaké bude jejich věkové složení. V popisech pracovní náplně uvádíme úkoly jednotlivých zaměstnanců. Základní prvky pracovní náplně:

- *popis pracovního místa a charakteristika zaměstnance, který ho zastává;*
- *odborné požadavky na příslušné zaměstnance;*
- *organizační začlenění pracovního místa (vztahy nadřízenosti a podřízenosti);*
- *kompetence (odborné, delegované pravomoci).* (Srpová a kolektiv, 2011, s. 19)

Výběr zaměstnanců do mateřské školy bude probíhat na základě poslaných životopisů a následně osobním pohovorem. Důležitým hlediskem bude kvalifikace, zkušenosti a vztah k dětem. V tabulce č. 2 je uveden předběžný přehled pracovních míst.

Tabulka č. 2: Předběžný přehled pracovních míst

Pracovní pozice	Počet	Výše hrubé mzdy	Min. požadované vzdělání
Ředitelka	1	23 000 Kč	VŠ ekonomická, pedagogická
Učitelka	3	12 000 Kč	Střední pedagogické vzdělání, zaměření na mateřinky
Externí pracovníci	1-2	Dle dohody - DPP	SS, VŠ

Zdroj: Vlastní zpracování 2014

Ředitelkou bude její zřizovatelka Pavla Kasíková. Náplň práce zahrnuje zabezpečení běžného provozu a funkci účetní. Dále mateřská škola přijme 3 kvalifikované učitelky se zaměřením na předškolní vzdělání a výuku cizích jazyků. Dvě budou přijaty na hlavní pracovní poměr. Pracovní doba bude činit 8 hodin denně od pondělí do pátku v době od 6 do 14 hodin a od 9 do 17 hodin. Směny budou střídány každý týden. Jedna učitelka bude přijata na zkrácený pracovní úvazek. Bude vést některé kroužky, ke kterým bude mít dostatečnou kvalifikaci. Také bude k dispozici v nenadálých událostech. Po skončení výuky odpovídá personál za úklid prostorů.

Požadavky kladené na pedagogické pracovníky jsou následující:

- ukončené pedagogické vzdělání,
- znalost angličtiny a němčiny,
- plné pracovní nasazení,
- kladný vztah a zkušenosti s dětmi,
- trpělivost,
- kreativita,
- zručnost,
- spolehlivost.

V případě výpomoci mateřské školy, např. při rozvozu jídel, či pomoc při velkém úklidu, bude zaměstnán externí pracovník na Dohodu o provedení práce, která je uvedena v příloze C. s hodinou sazbou 80 Kč. Veškerý personál musí před nástupem do Mateřské školy Slůně, s. r. o. získat zdravotní průkaz a absolvovat kurz první pomoci. Je nutné také předložit výpis z evidence Rejstříků trestů.

2.2.7 Potencionální trhy

Uspět při realizaci podnikatelského plánu můžeme pouze tehdy, když bude existovat trh, který bude mít zájem o naše produkty, popř. jejich inovace či služby a uspokojí konkrétní potřeby zákazníků. Za celkový trh považujeme všechny myslitelné možnosti využití daného výrobku nebo služby. V podnikatelském plánu nepopisujeme dopodrobna celý trh či všechny potencionální zákazníky. U potencionálních zákazníků uvedeme ty, kteří:

- mají z výrobku nebo služby značný užitek;
- mají k výrobku či poskytované službě snadný přístup;
- jsou ochotny za produkt či službu zaplatit. (Světlík, 2005)

Nevyplácí se přizpůsobit výrobek či reklamu jednotlivým zákazníkům a proto je nutné potencionální zákazníky rozdělit podle zvolených kritérií do skupin, tzn. trh segmentovat. Trh můžeme segmentovat např. podle oblastí použití, požadavků zákazníka na cenu a jakost, oborů, regionů, nákupních motivů atd. Z takto vymezených a nalezených tržních segmentů vybereme jeden nebo více, které jsou pro nás nejzajímavější a které v budoucnu slibují největší zisk. Tyto segmenty pak tvoří hledaný cílový trh. Pro ověření správného výběru segmentů, použijeme následující kritéria:

- velikost segmentu;
- růst segmentu;
- možnost vymezit se vůči konkurenčním produktům;
- dosažitelnost zákazníků;
- shoda produktu a potřeby zákazníků;
- síla konkurence. (Světlík, 2005)

Při volbě cílových skupin musíme přihlížet k tomu, zda daná cílová skupina bude schopna výrobek či službu zaplatit. Platí, že segmentace trhu pomáhá vypracovat marketingovou strategii podle vybraného cílového trhu/cílových trhů, a tím zvýšit její účinnost. Po vymezení trhu se snažíme o tomto trhu získat příslušné informace. Společníci či investoři chtějí konkrétní čísla a fakta o objemu nebo růstu trhu, jakož i o požadavcích a chování zákazníků. Nezbytný je průzkum trhu, který je v mnoho ohledech nákladný a velice obtížný. (Srpová a kolektiv, 2011)

" Mezi vhodné informační zdroje můžeme zařadit internet, informační materiály statistického úřadu, ročenky, měsíční a čtvrtletní zprávy poskytující informace

o jednotlivých regionech, informační materiály ministerstev a ostatních vládních institucí, informační materiály odborových svazů a sdružení, informace Hospodářské komory ČR, odborné publikace, časopisy, noviny, firemní zprávy, obchodní věstníky, seznamy vystavovatelů na veletrzích, informace mezinárodních organizací aj. " (Srpová a kolektiv, 2011, s. 21)

U malých firem není většinou nutné si nechat vypracovat (často drahou) tržní studii. Jestliže si povede firma průzkum sama, ušetří nejen peníze, ale často také tato činnost umožní lepší poznání tržního segmentu a vede k navázání důležitých kontaktů. Zvolíme si následující postup při průzkumu trhu:

- Sestavíme si seznam otázek, na které je potřeba odpovědět.
- Sepíšeme potřebné informace, abychom mohli odpovědět na zmíněné otázky, a odkud získáme nezbytné údaje.
- Připravíme si dotazník a absolvujeme co nejvíce pohovorů s klienty, dodavateli, odborníky aj.
- Popíšeme náš cílový trh, obor a jejich budoucí vývoj, nesoustředíme se pouze na číselné údaje. Pokusíme se zjistit, jaké faktory budou tento vývoj ovlivňovat a jaký význam budou mít pro firmu. (Srpová a kolektiv, 2011)

V příloze D nalezneme dotazník na téma mateřské školy. Dotazník byl předložen 50 respondentům ve věku 18-50 let, který odpovídaly na 6 otázek. Více jak 50% z dotazovaných mělo problém s přijetím svého dítěte do školy. V březnu letošního roku probíhaly zápisy do mateřských škol pro rok 2014/2015. Podle reportáže z televizních novin vysílané dne 26. 3. 2014 z Plzně, nejsou místa ve státních školkách pro stovky dětí. Rodiče stojí i dlouhé fronty, ale nemají záruku, že se tam jejich dítě dostane. Některým rodičům nezbývá nic jiného, než dát dítě do soukromé mateřské školy. Přepokládá se zájem o služby soukromé mateřské školy Slůně, s. r. o., která je situována v Plzni v části Černice. Nejprve se zaměříme na potencionální zákazníky, kteří bydlí v blízkém okolí, a poté po celé Plzni. Díky novostavbám v Černicích se rozšiřuje okruh potencionálních zákazníků i do budoucnosti. Potencionální zákazníci budou informováni o službách mateřské školy prostřednictvím letáků, které budou rozdávány do schránek. Dále pak budou rozdávány a vyvěšeny v obchodním centru Olympia Plzeň, které se nachází v blízkosti školky.

2.2.8 Analýza konkurence

Často se stává, že tvůrci podnikatelského záměru o konkurenci vůbec neví. Proto je důležité při zpracování podnikatelského plánu provést důkladnou analýzu konkurence. Zaprvé určíme firmy, které představují konkurenci, to jest firmy, které působí na stejných cílových trzích a prodávají ty samé nebo podobné produkty. Po určení konkurentů přistoupíme v dalším kroku k prozkoumávání jejich předností a nedostatků. Je třeba vyhodnotit např. obrat, růst, podíl na trhu, výrobky, služby zákazníkům, zákazníci, ceny, prodejní cesty, sídlo, dostupnost apod. Podle těchto kritérií můžeme určit konkurenční výhodu jednotlivých firem. Při posuzování předností a nedostatků nezáleží na našem subjektivním hodnocení, ale na tom, co si myslí zákazníci. (Businessinfo.cz, 2012)

Protože internet vládne světu, je zde nejjednodušší způsob, jak získat informace o konkurenčních firmách. Společnosti často uvádí na svých internetových stránkách cenu, kvalitu poskytovaných služeb a rozmanitost nabídky. Díky tomu můžeme potencionálním zákazníkům poskytnout srovnatelné nebo i lepší nabídky. Dle průzkumu mělo problém s umístěním svého dítěte do mateřské školy 62% respondentů. Celý dotazník je v příloze D. Ve školním roce 2012/2013 podle stavu k 30. 9. 2012 Statistický úřad vykazuje v Plzeňském kraji 265 MŠ, 812 tříd a celkem mateřské školy navštěvuje 19 055 dětí. (Český statický úřad, 2012) Ve školním roce 2013/2014 se v Plzni přihlásilo celkem 3 627 dětí. Následující tabulka č. 3 ukazuje přehled aktuálního stavu počtu přijatých a nepřijatých dětí pro školní rok 2013/2014 do mateřských škol zřizovaných městem podle jednotlivých městských obvodů v Plzni. (Informační zpráva, 2013)

Tabulka č. 3: Aktuální stav přijatých dětí do MŠ k 6. 6. 2013

Městský obvod	Kapacita	Počet přihlášených dětí z daného MO	Přijato	Nepřijato	% přijato dětí
MO 1	1561	721	441	287	61
MO 2	1104	541	276	265	51
MO 3	1358	612	382	230	62
MO 4	762	341	226	115	66
MO 5	76	25	15	10	60
MO 6 + MO 10	72+50	63	34	29	54
MO 7 + MO 9	50+25	63	34	29	54
MO 8	45	36	10	26	28
Celkem	5 103	2366	1410	963	59

Zdroj: infomační zpráva, 2013

Portál www.plzenskeskoly.cz je pomocníkem rodičům, kteří hledají informace o plzeňských základních a mateřských školách. V databázi je evidováno 51 mateřských škol. (Plzeňské školy, 2014) Mezi konkurenty v oblasti mateřských škol patří nejen soukromé ale i stání mateřské školy. V příloze E je uveden seznam plzeňských státních mateřských škol. V příloze F najdete kompletní přehled soukromých mateřských škol na území města Plzně (stav ke dni 8. 1. 2014).

Státní mateřské školy

Nejbližším mateřskou školou je státní Tyršova mateřská škola, se sídlem U Školy 7, 326 00, Plzeň, která je součástí základní školy. Dle internetových údajů má MŠ kapacitu 45 dětí, která je plně obsazena. Školné činí 550 Kč + stravné. Provoz školy je od 6:30 do 16:00 hodin. Rozšířenými aktivitami MŠ jsou například počítače v PC učebně ZŠ, sportovní aktivity v tělocvičně školy, anglický jazyk nebo plavecká škola Rosnička. (Tyršova základní škola a mateřská škola, 2010)

Další školkou v blízkosti je 37. mateřská škola se nachází na okraji Plzně ve čtvrti Čechurov. Kapacita dětí je 52. Výše úplaty je stanovena v částce 780,- Kč měsíčně pro období od 1. září 2013 do 31. srpna 2014. Kroužky v MŠ jsou: výtvarný kroužek, angličtina, flétna, literární kroužek. (37. mateřská škola v Plzni)

Z důvodu malých kapacit a vysoké poptávky vznikají soukromé mateřské školy, které mohou nabídnout další kapacitu a další nadstandardní služby. V Plzeňské části Černice, kde za posledních 5 let bylo postaveno několik desítek domů, se nachází jedna mateřská škola, a proto zde bylo zvoleno strategické umístění Mateřské školy Slůně, s. r. o.

Soukromé mateřské školy

Super školka

Super školka se nachází v klidné lokalitě U Boleveckého rybníka v Plzni. Nabízí individuální přístup s bohatým programem pro děti ve věku 1,5 do 6 let. Snadná je dostupnost MHD a volné parkování přímo v areálu. Standardní otevírací doba je od 7:00 - do 17:00 hod. Po domluvě lze individuální hlídání mimo tuto dobu. Celodenní školné činí: dítě do 3 let - 6 900 Kč, dítě 3-6 let 5 900 Kč + stravné. (Super školka, 2014)

Doudlevecká školička

Školka se nachází v prostorách rodinného domu v Plzni - Doudlevcích s vlastní zahradou. Provozní doba od 6:00 - 17:00 hodin pro děti ve věku od 3 do 6 let. MŠ dále nabízí umělecké a sportovní aktivity, logopedické procvičování nebo pobyt v solné jeskyni. Celodenní školné činí 6 000 Kč + stravné. (Doudlevecká školička, 2014)

Veselá žabička

Soukromá škola je situována na Rokycanské třídě. Provozní doba je od 6:00 do 18:00 hod. Cena školného činí 6 500 Kč na měsíc + stravné. Školka má kapacitu 25 dětí. Prostory jsou moderně zařízeny a zahrnují hernu/ denní místnost s prostorem pro stolování, rozdělena na dvě třídy, prostornou šatnu a cvičení sál. Další služby jsou například dětské oslavy, zahradní party, animační programy pro děti a další. (Veselá žabička, 2014)

Rodinná školka Drobeček

Školka se nachází v Koterovské ulici a přijímá děti od 2 do let. Jejich zaměření je na systematickou výchovu a vzdělání. Výše školného je 7 000 Kč a obsahuje stravné, veškeré dopolední aktivity jako například konverzace v aj, dramatickou výchovu, pohybový den, rukodělky, mimoškolní akce a další. (Školka Drobeček, 2014)

2.2.9 Marketingová a obchodní strategie

2.2.9.1 Marketingová strategie

Marketing a následně i prodej mají velký vliv na budoucí úspěch firmy a proto je důležité čtenáře přesvědčit, že máme dobrou marketingovou a obchodní strategii.

Marketingová strategie řeší tři okruhy problémů:

- výběr cílového trhu;
- určení tržní pozice produktu;
- rozhodnutí o marketingovém mixu. (Srpová a kolektiv, 2011)

Segmentace trhu je východiskem pro **výběr cílového trhu**. Při výběru segmentu zvažujeme kupní sílu a jeho velikost, na základě kterých určíme hodnotu segmentu. Po výběru cílového trhu **určíme tržní pozici** produktu. Naším cílem je odlišit se od konkurence na daném trhu a dostat se do podvědomí zákazníků. Při určování tržní pozice identifikujeme možné konkurenční výhody našeho produktu, na jejichž základě můžeme pozici budovat; vybereme optimální konkurenční výhodu, důležitou pro spotřebitele, která je v souladu s marketingovým posláním firmy a jejími možnostmi a je předností vůči konkurenci; zvolíme efektivní způsob komunikace a propagace této výhody. Následuje v dalším kroku **rozhodnutí o marketingovém mixu**, jež je tvořen nástroji, které se navzájem kombinují. Nejznámější je marketingový mix složený ze čtyř nástrojů, tzv. 4P, jenž tvoří:

- produkt (product);
- cena (price);
- distribuce (place);
- propagace (promotion). (Světlík, 2005)

V dnešní době se také setkáme s různými modifikacemi marketingového mixu, např. tzv. 7P, přidáním prvků - politics (politicko-společenské rozhodnutí), public opinion (veřejné mínění), people (lidské zdroje). V praxi se také rozšiřuje v souvislosti s rozvojem řízení vztahů se zákazníky a vztahového marketingu také tzv. zákaznický marketingový mix 4C:

- zákazník (customer);
- náklady na zákazníka (cost);
- pohodlná dostupnost (convenience);

- komunikace (communications).

Dále budeme naši pozornost věnovat tradičnímu marketingovému mixu 4P z pohledu podnikatelského plánu. (Srpová a kolektiv, 2011)

2.2.9.2 Produkt

Světlík ve své knize Marketing cesta k trhu definuje produkt jako jakýkoliv hmotný statek, službu nebo myšlenku, která se stává předmětem směny na trhu a je určena k uspokojení lidské potřeby či přání. Produkt je také tvořen určitými komponenty, které mohou být: balení, značka, kvalita, styl, záruka, servis apod. (Světlík, 2005)

Produktem mateřské školy se stává služba, která nabízí rodičům hlídání, výchovu a vzdělání v předškolním věku. Dále bude možnost výběru výuky cizího jazyka, ruční práce a různých forem cvičení. Podle průzkumu, který je uveden v příloze D, by měli rodiče zájem nejvíce o dětská cvičení (aerobic, jóga) a ruční práce (kirigami, origami, malovaní). Na dalším místě by byla výuka cizích jazyků a dětské oslavy. V době svátků a slavnostních příležitostí se budou pořádat tematické plesy či oslavy, které by se líbili 40% respondentů z 50 oslovených. Důležitá je maximální spokojenost zákazníka. Celková kapacita bude 10-15 dětí. V případě větších věkových rozdílů budou děti rozděleny na 2 skupiny v rámci jedné třídy, aby bylo možné se každé skupině věnovat individuálně, a případně připravit děti pro navazují školní docházku.

2.2.9.3 Cena

První rozhodnutí společnosti je, kam bude směřovat svoji tržní nabídku. Společnost může pomocí tvorby cen sledovat 5 hlavních cílů:

- Přežití. Volíme zpravidla tehdy, když musíme odolávat velkému počtu konkurentů. Společnost zůstává ve hře, pokud ceny pokrývají variabilní náklady a některé fixní. Lze ji uplatňovat pouze v krátkém časovém období, v rámci něhož musí svoji situaci vyřešit, jinak hrozí zánik.
- Maximalizace zisku. Vycházíme z odhadu poptávky a cenu stanovíme tak, aby přinesla maximální zisk, resp. maximální míru výnosu investic.

- Maximální tržní podíl. Firma s největším tržním podílem bude dosahovat nejnižších nákladů a dlouhodobě nejvyššího zisku na trhu. Stanovení ceny záleží také na konkurenčních cenách.
- Maximální „sbírání smetany“ z trhu. Stanovení vysokých cen. (Kotler, Keller, 2006)

Na začátku naší firmy budeme volit cíl přežití. Po získání zákazníků se budeme snažit o maximální tržní podíl. Ceny budou stanoveny dle konkurence a adekvátní nabídce služeb zahrnující:

- pedagogickou výuku,
- výuku cizích jazyků,
- výuku různých zájmových kroužků,
- vybavení prostoru včetně ložního prádla,
- náklady na provoz - nájem, energie, mzdy,…
- pojištění dětí.

Výše školného ovlivní také domácí rozpočet potencionálních zákazníků. Bylo osloveno 50 respondentů a z toho 10 % neplatí/by neplatilo za školku žádné finanční příspěvky. Polovina dotazovaných platí nebo by platila mezi 1 000 Kč až 3 000 Kč za měsíc. Mezi 3 000 Kč až 5 000 Kč platí nebo by platilo 22 % z dotazovaných. Výše ceny společnosti se pohybuje okolo 6 500 Kč za měsíc. Cena je stanovena dle konkurenčních cen mateřských škol v Plzni, viz příloha F, což by bylo ochotno zaplatit pouze 10 % z dotazovaných a 4% nemají problém zaplatit školné, v případě kvalitní výuky. Cena společnosti je tvořena konkurenční cenou. Další otázka je, zda jsou rodiče ochotné dát dítě do soukromé mateřské školy. Odpověď ano uvedlo 18 %; ano, pokud by byla výuka odpovídala naším požadavkům, uvedlo 16 % a ano, pokud by se nacházela v místě bydliště nebo pracoviště odpovědělo také 16 % dotazových. Odpověď ne, upřednostňujeme státní školky, uvedlo 12 % a největší část tvořila odpověď ne, nemůžeme si dovolit platit školné, který zaškrtlo 38 % z 50 dotazovaných. Celý dotazník je uveden v příloze D.

Školné

Školné se stanoví na základě docházky dítěte. Částku lze uhradit osobně či převodem z účtu. V případě nepřítomnosti nebo pozdní omluvy dítěte se školné nevrací. Výjimku tvoří ohlášená dlouhodobá absence, která bude řešená s ředitelkou. Při celodenní měsíční docházce rodiče zaplatí 6 500 Kč, při polodenní měsíční docházce je to částka 5 500 Kč. Zákazníci si také mohou zvolit jednotlivé dny, což činí 550 Kč/den nebo individuální hodinové hlídání za 120 Kč/hod, bez ohledu na to, zda jejich děti navštěvují mateřskou školu Slůně, s. r. o. Ceník školného je uveden v tabulce 4.

Tabulku č. 4: Ceník školného 2014/2015

Celodenní měsíční školné	6 500,- Kč
Polodenní měsíční školné	5 500,- Kč
Jednodenní školné	550,- Kč
Individuální školné hodinové	120,- Kč/ hod.

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Stravné

Stravné bude na začátku dováženo autem z Tyršovy základní školy a mateřské školy Plzeň, adresa U Školy 927, 32600 Plzeň - Černice. Svačiny budou obsahovat střídavě celozrnné a bílé pečivo, pomazánky, tvarohy, jogurty, sýry, šunku a také ovoce a zeleninu. Oběd bude vždy složen z polévky a hlavního jídla. Stravování není zahrnuto v ceně školného. Po domluvě je možné podávat vlastní stravu, obědy lze ohřát ve školce v mikrovlnné troubě. Týdenní jídelní lístek bude zveřejňován na internetových stránkách a také na nástěnce ve školce. Ceník stravného je uveden v tabulce č. 5.

Celodenní stravné činí 80 Kč/den, při půldenní docházce 60 Kč (dopolední/odpolední svačina a oběd). Lze také objednat samostatně oběd za 30 Kč a svačinu za 20 Kč. Při absenci dítěte je rodič povinen, oznámit tuto skutečnost telefonicky nebo osobně do 12 hodin předchozího pracovního dne. Částka pak bude vyúčtována na konci měsíce.

Tabulka č. 5: Ceník stravného 2014/2015

Celodenní - 2x svačina, oběd, pitný režim, ovoce/zelenina	80,- Kč
Půldenní - 1x svačina, oběd, pitný režim, ovoce/zelenina	60,- Kč
Svačina - 1x svačina, pitný režim, ovoce/zelenina	20,- Kč
Oběd - 1x oběd, pitný režim	30,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Také se bude připlácet za mimoškolní výlety a za některá dětská cvičení. Například divadelní představení, vyjížďky na koních, dětský aerobic či jóga, dílničky – origami, kirigami, výtvarka.

2.2.9.4 Distribuce

Využitím distribučních cest mohou firmy dosahovat konkurenčních výhod, na příklad pomocí rozsahu pokrytí, odborné úrovně, vyšší výkonnosti a další. Rozlišujeme přímé distribuční cesty a nepřímé distribuční cesty. Přímé předpokládají realizaci prodejní činnosti bez externích mezičlánků, pomocí vlastní obchodní sítě, automatů, vlastních pojízdných prodejen a další. Zástupci firmy nebo obchodní zástupci komunikují přímo s konečným zákazníkem, přímé jsou i vlastní dodávky výrobků a služeb. U nepřímých cest předpokládáme využití specializovaných článků, které nabízejí různé služby spojené s odbytem zboží. Skladba mezičlánků není neměnná, bývá dynamická a podléhá změnám prostředí, trhu, nároků zákazníků, mění se i vývoj firmy, jednotlivými fázemi životního cyklu výrobku a další. (Veber, Srpová, 2012)

V podnikatelském plánu popíšeme strukturu obchodního útvaru. Uvedeme počet a kvalifikaci jeho pracovníků. Můžeme zmínit například, jak by se dala v budoucnu přizpůsobit obchodní strategie změněných produktům nebo novým potřebám zákazníků. Při stanovení prodejních nákladů postupujeme následovně:

- Definujeme své prodejní cíle, např. obraty, jichž chceme dosáhnout.
- Stanovíme potřebný počet zakázek nebo zákazníků.
- Odhadneme výdaje potřebné k získání zakázek.
- Vyčíslíme náklady na ostatní prodejní aktivity, jako je péče o zákazníky, jejich školení, instalace zařízení, údržba a servis, atd.
- Stanovíme min. počet pracovníků, kteří jsou potřeba ke splnění těchto úkolů.

- Stanovíme, jakou kvalifikaci musejí mít pracovníci prodejního oddělení.
- Kromě osobních nákladů vznikají také cestovní výdaje, náklady na akce na podporu prodeje, na telekomunikační služby, školení atd. (Srpová a kolektiv, 2011)

Mateřská škola bude situována v Plzni, což umožní snadnější dostupnost. V blízkosti se nachází městská hromadná doprava, také obchodní centrum Olympie. Konkrétní prostory budou v ulici Na Výsluní 35 v rodinném domě se zahradou, kde přízemní prostory budou sloužit pro hlídání a výchovu dětí. Platby budou probíhat měsíčně v celkové výši 10 000,- Kč. V ceně zahrnuto odměna za poskytnutí prostorů, dále energie, vodné, stočné, vytápění, úklid společných prostor a zahradní práce.

Potencionální zájemci mohou kontaktovat ředitelku školy e-mailem, prostřednictvím webových stránek. Lze si domluvit osobní rozhovor a individuální prohlídku prostorů. Děti budou přijaty na základě řádně vyplněné přihlášky dítěte do mateřské školy. Přihlášky najdete na webových stránkách a lze odevzdat elektronicky či osobně.

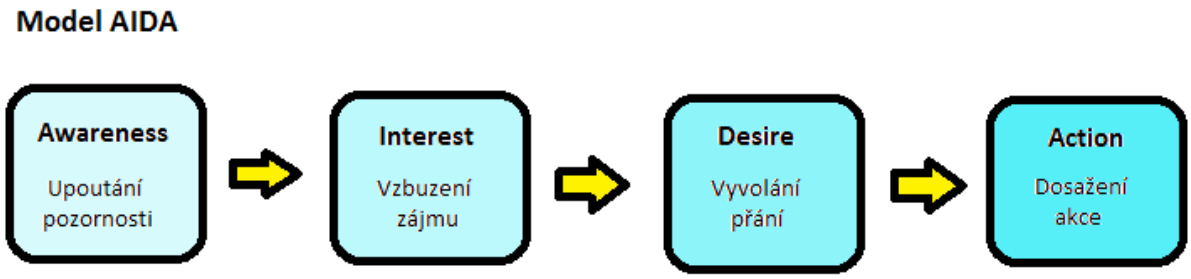
2.2.9.5 Marketingová komunikace

˝ Pomocí zvolené komunikační politiky se snažíme plnit ekonomické cíle, tj. stimulovat poptávku k samotnému nákupu; informační cíle, tj. poskytovat informace o existenci produktu, jeho vlastnostech, kvalitě a způsobu užití; emocionální cíle, tj. vytvářet u spotřebitelů pozitivní postoj a preference k danému produktu. Můžeme k tomu využít jednotlivé složky komunikačního mixu, mezi něž patří:

- *reklama;*
- *podpora prodeje;*
- *public relations (vztahy s veřejností);*
- *osobní prodej;*
- *přímý marketing. ˝* (Srpová a kolektiv, 2011, s. 26)

Pro identifikaci komunikačních cílů je nejznámější Model AIDA. AIDA vychází z předpokladu, že kupující před rozhodnutím o koupi prochází několika fázemi. Jako první si musí uvědomit existenci produktu, který pak upoutá jeho zájem. Zákazník se snaží získat více informací. Je vyvoláno přání jeho koupě. Konečnou fází je dosažení akce, tj. zakoupení produktu či služby. (Světlík, 2005)

Obrázek č. 3: Model AIDA



Zdroj: vlastní zpracování, 2014, dle Světlíka, 2005

Reklama je jakákoliv placená neosobní forma komunikace prostřednictvím různých médií. Nákladově nejvýhodnější bývá reklama tam, kde je potřebné rychle oslovit širokou skupinu spotřebitelů. Nevýhodou je jednosměrná komunikace.

Podpora prodeje je krátkodobé vybízejí k vyzkoušení nebo nákupu určitého výrobku či služby. Mezi ně můžeme zařadit např.:

- bonusy - cenové zvýhodnění;
- kupónový prodej;
- vzorky zdarma;
- zákaznické kluby, resp. věrnostní programy;
- spotřebitelské soutěže apod. (Kotler, Keller. 2006)

Mezi nástroje podpory prodeje orientované na obchodní zprostředkovatele mohou být:

- slevy z katalogových cen;
- prodejní soutěže pro obchodní partnery;
- příplatky za reklamu, umístění plakátů v prodejně, vybavení prodejního místa;
- bezplatná nabídka některého zboží;
- dárkové propagační předměty nebo školení prodejního personálu apod. (Srpová a kolektiv, 2011)

Osobní prodej je považován za nejdražší způsob komunikace. Zahrnuje oboustrannou komunikaci mezi kupujícím a prodávajícím. Její největší výhodou je zpětná vazba - sledování reakce spotřebitele, jeho potřeby a vlastnosti. Využívá se především při prodeji firmám a při prodeji produktů, které jsou složité, rizikové a finančně náročné.

Do osobního prodeje zařadíme:

- obchodní setkání;
- veletrhy, výstavy;
- poradenství při prodeji;
- neformální setkání.

Public relations (vztahy s veřejností) chápeme nejen jako vztah k potencionálním, resp. existujícím, spotřebitelům, ale jako vztah ke všem tržním subjektům a zájmových skupin firmy (zaměstnanci firmy, média, široká veřejnost, státní orgány apod.). Úkolem public relations je přispět ke zvýšení image a zlepšení obrazu firmy v očích veřejnosti, a nepřímo tak stimulovat poptávku po produktech. Hlavní nástroje PR jsou:

- zprávy předávané přímo médiím;
- tiskové konference a vztahy s tiskem;
- organizování zvláštních akcí (special events);
- vydávání podnikových publikací a firemní literatury (výroční zprávy, podnikové časopisy a noviny aj.);
- sponzoring a
- lobbování. (Boučková, 2003)

Direct (přímý) marketing využívá poštovní zásilky, e-mail, telefon, fax nebo internet k přímé komunikaci nebo k vyvolání odezvy či dialogu se specifickým zákazníkem nebo potencionálním. (Kotler, Keller, 2006)

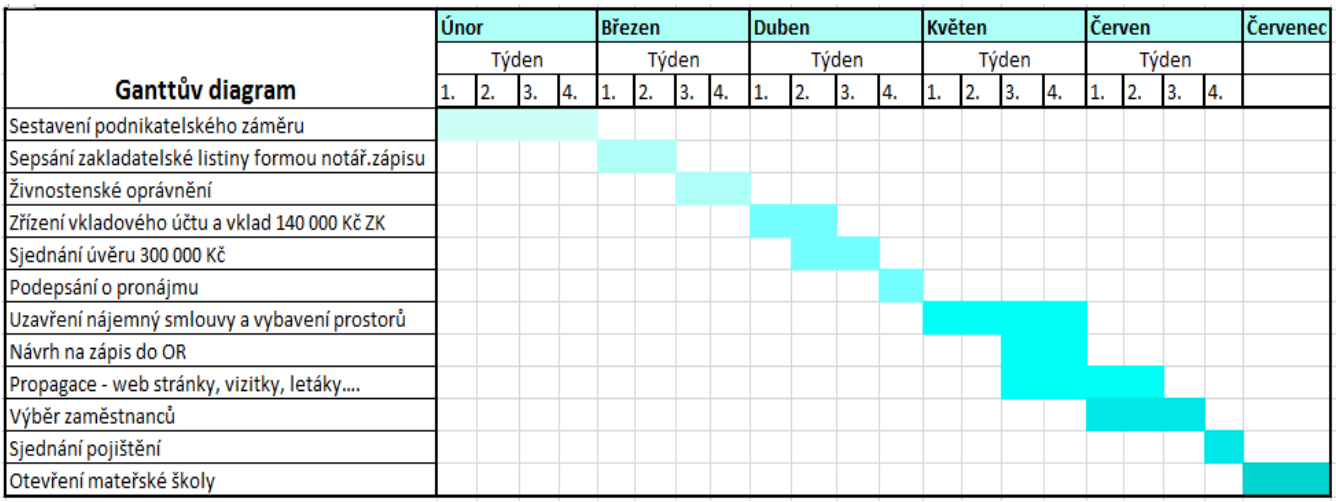
Pro své zviditelnění mateřská škola zvolila jako hlavní prostředek marketingové komunikace direct marketing. K informování potencionálních zákazníků budou sloužit nově vytvořené webové stránky: www.msslune.cz., kde najdou veškeré potřebné údaje. Kampaň také bude probíhat formou letáků s podporou prodeje, které budou rozdávány hosteskami po ulici a dále pak budou vyvěšeny na veřejných a informačních místech, jako jsou například kadeřnictví, kosmetické salóny, fitness centra, prodejny dětských potřeb a další. Důraz bude kladen i na image společnosti, tj. na dobrém jménu, spokojenosti zákazníků, apod. Celkem bude tištěno 1 000 ks letáků u společnosti Bílý slon za cenu 1 000 Kč + odměna hosteskám 70 Kč/hod. Jako podporu prodeje služeb mateřské školy slůně mohou zákazníci využít našich nabídek: 25% sleva na druhého sourozence, při případné nemoci dítěte za včasné nahlášení vrácení denní taxy.

2.2.10 Realizační projektový plán

Dalším krokem je stanovení časové harmonogramu všech činností a jejich dodavatelské zajištění. Určíme si všechny důležité kroky a aktivity, které musíme v souvislosti s realizací podnikatelského plánu podniknout, milníky, jichž chceme dosáhnout, a termíny jejich dosažení. Můžeme použít i úsečkový diagram ke znázornění plánovaných aktivit. Z úsečkového diagramu můžeme později odvodit při finančním plánování výše a termín investičních a osobních výdajů. (Srpová a kolektiv, 2011)

Pro úspěšnou realizaci mateřské školy Slůně, s. r. o. byl sestaven následující časový harmonogram. V březnu 2014 dojde k sepsání zakladatelské listiny formou notářského zápisu. Na základě notářského zápisu se získá živnostenské oprávnění k podnikatelské činnosti – mimoškolní výchova a vzdělání, pořádání kurzů, včetně lektorské činnosti, stanoveno částkou 1000 Kč a bude ohlášen u Živnostenského úřadu města Plzně. Bude dán výpis z rejstříku trestů, který je zpoplatněn 100 Kč. V dubnu 2014 se zřídí vkladový účet u Air bank na jméno zakladatelky společnosti a vloží se 140 000 Kč jako základní kapitál. Dojde k sjednání úvěru a uzavření úvěrové smlouvy ve výši 300 000 Kč u Air Bank. Sepíše se prohlášení odpovědného zástupce a zaplacení správních poplatků. Podepíše se prohlášení vlastníka domu o pronájmu pro účely soukromé školky. V květnu se uzavře nájemní smlouva a vybaví se prostory. Podá se návrh na zápis do obchodního rejstříku. Vytvoří se webové stránky, tisk a distribuce letáků, vizitek, registrace na Facebook.com a Firmy.cz. V červnu proběhne výběr zaměstnanců, uzavření zákonného pojištění odpovědnosti zaměstnavatele, které musí uzavřít každý podnikatel mající alespoň jednoho zaměstnance, dále uzavření pojištění obecné odpovědnosti za škodu podnikatele, živelné pojištění a uzavření smlouvy s dodavatelem obědů. V červenci se otevře soukromá mateřská škola Slůně, s. r. o. Realizační plán je shrnut v obrázku č. 4: Ganttův diagram.

Obrázek č. 4: Ganttův diagram



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

2.2.11 Finanční plán

Finanční plán dává předchozí části podnikatelského plánu do číselné podoby. Prokazuje reálnost podnikatelského plánu. Výstupy tvoří především plán nákladů, plán výnosů, plán peněžních toků, plánovaný výkaz zisku a ztráty, plánovaná rozvaha, finanční analýza, výpočet bodu zvratu, hodnocení efektivnosti investic, plán financování aj.

V případě začínající firmy potřebujeme prostředky na její založení, prostředky na pořízení dlouhodobého majetku, prostředky na pořízení oběžného majetku a prostředky na zahájení podnikatelské činnosti, tj. na financování provozních nákladů do doby, než obdržíme první tržby, např. uhrazení nájmů, mzdy pracovníkům, elektřina, plyn, teplo, nakoupené zboží apod. (Srpová a kolektiv, 2011)

2.2.11.1 Zahajovací rozvaha

Zahajovací rozvaha společnosti Soukromá mateřská škola Slůně, s. r. o. je zpracována v následující tabulce č. 6.

Tabulka č. 6: Zahajovací rozvaha Soukromá mateřská škola Slůně, s. r. o. ke dni 1. 7. 2014 v Kč

AKTIVA	Kč	PASIVA	Kč
B. Dlouhodobý majetek	140 000	**A. Vlastní kapitál**	140 000
B. I. Dlouhodobý nehmotný majetek	30 000	A. Základní kapitál	140 000
B. II. Dlouhodobý hmotný majetek	110 000	**B. Cizí zdroje**	300 000
C. Oběžná aktiva	300 000	B. I. Bankovní úvěry	300 000
C. III. Krátkodobý finanční majetek	300 000		
Celkem aktiva	**440 000**	**Celkem pasiva**	**440 000**

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Pod položkou dlouhodobý nehmotný majetek nalezneme zřizovací výdaje, které jsou tvořeny notářskými, správními a ostatními poplatky, platbami nájemného, kaucí a poplatky za energie. Položka dlouhodobý hmotný majetek zahrnuje nábytek, který bude odepisován, zahradní prolézačky apod. Drobný hmotný majetek bude účtován na vrub účtu 501 – Spotřeba materiálu. Bankovní účet tvoří peněžitý vklad zakladatelky. Základní kapitál je tvořen vkladem zakladatelky. V cizích zdrojích najdeme dlouhodobý bankovní úvěr ve výši 300 000 Kč, který bude použit na úhradu počátečních výdajů a financování podniku v prvním roce podnikání.

Předpokládané výnosy a náklady

Předpokládané výnosy

Zakladatelka společnosti vloží do podnikání peněžitý vklad ve výši 140 000 Kč. V roce 2014/2015 budou výnosy tvořeny především školným, které činí 6 500 Kč měsíčně při celodenní docházce (viz Tabulka č. 4: Ceník školného 2014/2015) a dále stravným, jehož ceny jsou uvedeny v Tabulce č. 5: Ceník stravného 2014/2015. Výnosy budou záviset na počtu dětí. Další výnosy budou plynout z organizace kroužků – např. cvičení pro děti, dětských oslav a hlídání dětí mimo provozní dobu. Dětská cvičení

budou probíhat každý týden v rozsahu 1 hodiny aerobic a 1 hodiny jógy. Cena za cvičební hodinu bude stanovena na 50 Kč. Předpokládaný zájem o kroužky je 10 dětí. Přepokládané hlídaní mimo školní dobu je v rozsahu 10 hodin týdně. Cena za hodinu činí 120 Kč. Mateřská škola dále přepokládá zájem o organizování 4 narozeninových oslav s průměrnou cenou 2 500 Kč.

V roce 2015/2016 plánuje otevření nového kroužku Dílničky – origami, kirigami, výtvarka. Cena kroužku 80 Kč, který bude probíhat 1x týdně spolu s aerobikem a jógou. Společnost předpokládá zvýšení zájmu dětí o kroužky o 3%, dále organizování 6 narozeninových oslav za průměrnou cenu 2 500 Kč.

V následujícím roce 2016/2017 předpokládá zvýšení zájmu rodičů o služby mateřské školy a naplnění kapacity 20 dětí, rozšíření hlídání dětí v rozsahu 15 hodin týdně a pořádání 10 narozeninových oslav za průměrnou cenu 2 500 Kč.

Z peněžních prostředků na bankovním účtu budou společnosti připisovány úroky. Mimořádné výnosy budou přestavovat sponzorské dary a případné dotace. S těmito výnosy nelze v budoucnu stoprocentně počítat, a proto nejsou zahrnuty do předpokládaných příjmů.

V následující tabulce č. 7 jsou uvedeny předpokládané výnosy soukromé mateřské školy Slůně, s. r. o. v prvních 3 letech podnikání.

Tabulka č. 7: Předpokládané výnosy v prvních 3 letech podnikání

Rok	**2014/2015**	**2015/2016**	**2016/2017**
Školné	780 000 Kč	1 014 000 Kč	1 560 000 Kč
Stravné	201 600 Kč	262 080 Kč	403 200 Kč
Dětská cvičení+dílny	48 000 Kč	100 800 Kč	129 600 Kč
Hlídání dětí	17 280 Kč	23 040 Kč	86 400 Kč
Narozeninové oslavy	10 000 Kč	15 000 Kč	25 000 Kč
Výnosy celkem	**1 056 880Kč**	**1 414 920 Kč**	**2 204 200 Kč**

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Podle průzkumu, který byl předložen 50 respondentům, by mělo zájem o dětská cvičení 82% a dílničky 66% z dotazových. Hlídání dětí mimo pracovní dobu by využilo 34% a narozeninové oslavy 32% respondentů. Celý dotazník je uveden v příloze D.

Předpokládané náklady

Počáteční náklady budou tvořeny správními a notářskými poplatky související se založením společnosti, vybavením a marketingem.

Běžné náklady budou zahrnovat měsíční platbu nájemného včetně poplatků za energie, vodné, stočné, vytápění, úklid a zahradní práce, výplatu mezd, platby zdravotního a sociálního pojištění, internet, telefon, splátky úvěru, pojištění a marketing. Dále pak jsou to náklady za obědy a svačiny, dětské oslavy, kancelářské potřeby. Poplatky za bankovní účet a úvěr jsou v hodnotě 6,90%

Následující tabulka obsahuje předpokládané výdaje v prvních 3 letech podnikání.

Tabulka č. 8: Předpokládané náklady v prvních 3 letech podnikání

Rok	2014/2015	2015/2016	2016/2017
Nájemné vč. energií	120 000 Kč	120 000 Kč	120 000 Kč
Mzdy vč. ZP a SP	836 400 Kč	856 300 Kč	899 280 Kč
Internet, telefon	5 000 Kč	5 000 Kč	5 000 Kč
Úroky	20 000 Kč	20 000 Kč	20 000 Kč
Pojištění	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Marketing	11 000 Kč	11 000 Kč	11 000 Kč
Dětské oslavy	5 500 Kč	6 500 Kč	8 000 Kč
Kancelářské potřeby	4 000 Kč	4 000 Kč	4 000 Kč
Obědy, svačiny	98 000 Kč	140 000 Kč	195 000 Kč
Poplatky – bank.úč, úvěr	600 Kč	600 Kč	600 Kč
Odpisy DM a DNM	29 484 Kč	29 484 Kč	21 984 Kč
Náklady celkem	**1 139 984 Kč**	**1 202 884 Kč**	**1 294 864 Kč**

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

2.2.11.2 Konečná rozvaha

V následující tabulce je uvedena konečná rozvaha soukromé mateřské školy Slůně, s. r. o. ke dni 30. 6. 2015.

Tabulka č. 9: Konečná rozvaha Soukromá mateřská škola Slůně, s. r. o. ke dni 30. 6. 2015

	Brutto	**Netto**		
Aktiva celkem		**385 629**	**Pasiva celkem**	**385 629**
B. Dlouhodobý majetek	140 000	127 900	**A. Vlastní kapitál**	105 629
B. I. Dlouhodobý nehmotný majetek	30 000	30 000	A. Základní kapitál	140 000
B. II. Dlouhodobý hmotný majetek	110 000	97 900	A. Výsledek hosp.	- 34 371
C. Oběžná aktiva	300 000	257 729	B. Cizí zdroje	280 000
C. III. Krátkodobý finanční majetek	300 000	257 729	B. I. Bank. Úvěry	280 000

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Výsledek hospodaření je v prvním roce záporný, tudíž daň je 0 Kč. V dalších letech bude VH zdaněn sazbou 19%. V příloze H jsou uvedeny konečné rozvahy pro další dva roky.

2.2.11.3 Výkaz zisku a ztráty

Mateřská škola Slůně, s. r. o. bude v prvním roce vykazovat ztrátu. V následující tabulce je uveden výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu pro první 3 roky podnikání za účetní období.

Tabulka č. 10: Výkaz zisku a ztráty Mateřské školy Slůně, s. r. o. ve zjednodušeném rozsahu za období 2014 – 2017 v Kč.

Položka v Kč	Rok		
	2014/15	2015/16	2016/17
Výkony	1 056 880	1 414 920	2 204 200
Výkonová spotřeba	1 068 900	1 131 800	1 231 280
Přidaná hodnota	-12 020	283 120	972 920
Odpisy dlouhodobého nehm. a hm. Majetku	21 984	21 984	21 984
Provozní výsledek hospodaření	-34 004	261 136	950 936
Výnosové úroky	233	456	927
Nákladové úroky	600	600	600
Finanční výsledek hospodaření	-367	-144	327
Daň z příjmu za běžnou činnost	0	47 710	178 862
Výsledek hospodaření za běžnou činnost	-34 371	213 282	772 401
Výsledek hospodaření za účetní období	-34 371	213 282	772 401
Výsledek hospodaření před zdaněním	-34 371	260 992	951 263

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

2.2.11.4 Dotace

O podporu EU mohou žádat např. kraje, obce, malé a střední podniky, fyzické osoby, neziskové organizace, vysoké školy apod. Základem pro identifikaci žadatele je jeho IČO. Přesná specifikace oprávněných žadatelů a další podmínky jsou pak součástí konkrétní finanční výpomoci. (Tauer, Zemánková, Šubrtová, 2009)

Soukromé mateřské školy nemají nárok na dotace ani příspěvky od ministerstva školství ČR. Společnost se bude snažit získat sponzory pro ještě více kvalitní služby.

2.2.12 Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu

2.2.12.1 SWOT analýza

Na závěr kapitoly podnikatelského plánu bychom měli dokázat, že známe silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby podnikatelského plánu. Využijeme k tomu SWOT analýzu, jejíž název je odvozený z prvních písmen anglických slov:

- S - strengths (silné stránky);
- W - weaknesses (slabé stránky);
- O - opportunities (příležitosti);
- T - threats (hrozby). (Srpová a kolektiv, 2011)

*„**Silné stránky** hledáme ve specifických přednostech firmy. Zdrojem specifických předností je majetek (např. unikátní stroj, technologie, licence apod.) nebo schopnosti (zejména dovednosti a znalosti managementu, specializovaných pracovníků).“* (Veber, Srpová a kolektiv, 2012)

Na základě provedené interní analýzy společnosti mezi silné stránky můžeme zařadit: vysokou kvalitu poskytovaných služeb, tj. kvalifikovaný personál, individuální přístup, výuku cizích jazyků, výběr z aktivních kroužků. Další výhodou je dobře situovaná poloha a dopravní dostupnost. Potencionální zákazníci také ocení provoz během školních prázdnin a po domluvě možnost hlídání dětí mimo stanovenou dobu provozu mateřské školy.

Mezi **slabé stránky** můžeme považovat například kapitálová síla, nedostatek zkušeností v oblasti marketingu, cenová politika aj. Pokud uvádíme slabou stránku, je vhodné na ni odpovědět pozitivem. Tím dáme najevo, že jsme se zamysleli nad slabinami projektu a našli pozitivní řešení vedoucí k jeho odstranění. (Srpová a kolektiv, 2011)

Mezi slabé stránky společnosti patří nulové zkušenosti s podnikáním v oboru, vysoké vstupní a provozní náklady, financování bankovními institucemi a nevýrazný marketing.

*"**Analýza příležitostí a hrozeb** se soustřeďuje na okolí firmy. Umožňuje zdůraznit atraktivní příležitosti, které nám mohou přinést výhody. Současně též nabádá k zamyšlení nad problémy, jež budeme muset řešit. Příležitosti by měly být posuzovány z hlediska jejich atraktivnosti a pravděpodobnosti úspěchu. Naopak hrozby z hlediska*

závažnosti a pravděpodobnosti, že nastanou." (Srpová a kolektiv, 2011, s. 31) Může jít o konkurenci, cenovou politiku, vstupní bariéry atd. (Srpová a kolektiv, 2011)

Identifikovatelné příležitosti společnosti jsou následující: nedostatek veřejných mateřských škol, vysoké ceny soukromých mateřských škol, růst porodnosti, zájem potencionálních zákazníků a rozšířené služby, spolupráce se školami (praxe SŠ, VŠ) a spolupráce s jinými firmami (fitness centra, obchody s dětským oblečením apod.) Mezi hrozby lze zařadit: konkurenci, růst cen a pokles mezd potencionálních zákazníků, snížení porodnosti v následujících letech.

V tabulce je uveden souhrn silných a slabých stránky a analýza příležitostí a hrozeb mateřské školy Slůně, s. r. o.

Tabulka č. 11: SWOT analýza Slůně

	Pomocné (k dosažení cíle)	**Škodlivé** (k dosažení cíle)
Vnitřní (atributy organizace)	**STRENGHTS** (silné stránky) • dobře situovaná poloha • dopravní dostupnost • kvalita poskytovaných služeb • kvalifikovaný personál • výběr z nabízených služeb • individuální přístup • provoz během školních prázdnin	**WEAKNESSES** (slabé stránky) • malé zkušenosti s podnikáním • vysoké počáteční náklady • půjčení v bance
Vnější (atributy prostředí)	**OPPORTUNITIES** (příležitosti) • nedostatek veřejných mateř. škol • vysoké ceny soukromých mateř. škol • růst porodnosti • zájem potencionálních zákazníků o další služby • spolupráce se středními a vysokými školami • spolupráce s jinými firmami (fitness centra, obchody s dětským oblečením)	**THREATS** (hrozby) • konkurence • pokles porodnosti v budoucnu • pokles mezd • růst cen nájemného, energií, vodného a stočného • růst cen potravin • nedostatek zákazníků

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

2.2.12.2 Rizika projektu

„Riziko v souvislosti s podnikatelským plánem chápeme jako negativní odchylku od cíle. Je spojeno s nepříznivými dopady na firmu. Analýza rizik nám umožňuje dva pohledy na náš podnikatelský plán. Kromě nastínění pravděpodobnosti rizikové situace nám poslouží i pro přípravu opatření, která bude nutné realizovat v případě, že daná riziková situace skutečně nastane.“ (Veber, Srpová a kol., 2012, s. 104)

Za rizika společnost považuje slabé stránky a hrozby, které jsou uváděny také ve SWOT analýze. Za riziko se může považovat vysoké počáteční náklady. Na počáteční kapitál bude půjčeno 300 000 Kč, který bude postupně splácen. Dalším rizikem může být výpadek dodavatelů. Z toho důvodu bude toto riziko podchyceno ve smlouvách s dodavateli, že v případě porušení dodacích podmínek se zaplatí sankce. Dojde-li k tomuto riziku, společnost zajistí náhradního dodavatele, případně bude dodávka zajištěna dočasně interními pracovníky. Dalším rizikem je nízký počet zákazníků a pokles porodnosti v budoucnu. Pro snížení a předcházení tohoto rizika bude společnost využívat marketing – ceny, služby, reklama. Jako čtvrté riziko je zranění dětí. Pro tyto případy bude společnost pojištěna a také zajistí bezpečné vybavení. Mezi další rizika lze zařadit vysokou konkurenci. Společnost se bude snažit čelit těmto konkurentům dobrým jménem společnosti a kvalitními službami. Neovlivnitelným rizikem je také pokles mezd potencionálních zákazníků nebo růst cen energií či potravin. Pro tento případ je společnost ochotna, do jistých omezení, pružně reagovat s cenou. Jako posledním rizikem je změna preferenci zákazníků. Společnost v tomto případě zveřejní na svých webových stránkách dotazník pro rodiče, který je uveden v příloze H, a který bude sloužit k lepšímu poznání dítěte a spokojenosti ze strany zákazníků. Podle vyplněných údajů případně upraví stávající služby dle požadavků zákazníků.

Tabulka č. 12: Analýza rizik

Riziko	Opatření ke snížení rizika
Vysoké počáteční náklady	Půjčení v bance, postupné splácení
Výpadek dodavatelů	Náhradní dodavatel, sankce, dočasné interní zajištění
Nízký počet zákazníků	Marketing – cena, reklama, služby
Zranění dětí	Pojištění společnosti, vhodné vybavení
Vysoká konkurence	Dobré jméno společnosti, kvalitní služby
Pokles mezd potencionálních zákazníků	Pružná reakce ceny
Změny preferencí zákazníků	Úprava nabídky služeb

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

2.2.13 Přílohy

Rozsah závisí na konkrétním případě a někdy může mít padesát i více stran. Do přílohy zařadíme:

- životopisy klíčových osobností;
- výpis z obchodního rejstříku;
- analýza trhu;
- zprávy, články a pojednání z novin a časopisů o trhu a produktu;
- podklady z finanční oblasti - rozvahy a výkazy zisků a ztrát za poslední tři až pět let (pokud má firma historii);
- obrázky výrobků a prospekty;
- technické výkresy;
- důležité smlouvy, např. odbytové smlouvy.

Uvedené dokumenty nejsou vždy potřebné. (Srpová a kolektiv, 2011)

3 POTENCIÁL DALŠÍHO VÝVOJE SOUKROMÉ MATEŘSKÉ ŠKOLY SLŮNĚ, S. R. O.

3.1 Rozšíření nabídky zájmových kroužků

Pokud zájem zákazníků převýší kapacity, bude nabídka stávajících kroužků rozšířena o nové aktivity, nebo v případě zájmu o konkrétní aktivitu, se přidá další hodina v týdnu. Své požadavky a přání mohou zákazníci sdělit osobně ředitelce nebo vyučujícím ve školce, nebo prostřednictvím webových stránek. Pro zpětnou vazbu budou připraveny dotazníky spokojenosti.

3.2 Péče o děti mladších tří let

V případě velkého zájmu zákazníků, které mají děti mladších tří let, by došlo k rozšíření služeb. Toto rozšíření nabídky by obnášelo získání živnostenského oprávnění Péče o dítě do tří let věku. Také by se musel uzpůsobit stávající prostor a přijmout nový personál s odpovídající kvalifikací pro provozování živnosti. Tento krok by byl finančně náročný, přesto přes velký počet zájemců by byla služba nabídnuta.

3.3 Spolupráce s velkými firmami

V budoucnu by soukromá mateřská škola Slůně, s. r. o. chtěla uzavřít kontrakt s velkými firmami v Plzni. Jednalo by se o výhodnou službu, která by nabízela hlídání dětí po dobu jejich pracovní činnosti ve firmě. Podle počtu dětí by byla otevřena jedna nebo dvě třídy. Určitou finanční částku by přispíval i zaměstnavatel.

4 ZÁVĚR

Na základě údajů z portálu magistrátu města Plzně a prováděné analýzy trhu, byla zjištěna nedostatečná nabídka mateřských škol. Více jak stovky dětí letos nebyly přijaty do státních mateřských škol. Podnikatelským záměrem je založení soukromé mateřské školy pro děti ve věku 3 až 6 let s celoročním provozem v centru Plzně. Hlavní náplní je výchova a vzdělání, také individuální přístup a nabídnutí rozšiřujících služeb.

Ze zpracovaného finančního plánu je patrné, že založení a provoz soukromé mateřské školy je vysoce nákladný. Nevýhodou je, že soukromé mateřské školy nemají nárok na dotace od státu. Společnost se bude snažit získat sponzory, kteří by přispěli buď měsíční, nebo roční libovolnou částkou, ale nelze s tímto financováním stoprocentně počítat. Z toho důvodu musí být činnost financována ze školného a výnosů z dalších služeb. V prvním roce podnikání dosáhne mateřská škola Slůně, s. r. o. ztráty, ale v následujících letech, vyplní-li se prognózy dle analýzy trhu, vykáže společnost zisk. Proto se společnost zaměří na získávání nových zákazníků, vytvoří se webové stránky, distribuují letáky, vizitky a také se vytvoří účet na facebook.com. V dalších letech se společnost bude snažit udržet stávající zákazníky a získat nové, a to především budováním dobrého jména společnosti, distribucí propagačních materiálů a dalšími marketingovými komunikacemi.

Mezi silné stránky společnosti patří provoz během školních prázdnin, vysoká kvalita poskytovaných služeb, kvalifikovaný personál a individuální přístup. Slabé stránky tvoří především nulové zkušenosti s podnikáním v daném oboru, nevýrazný marketing, vysoké vstupní a provozní náklady. Jako příležitost lze považovat spolupráci s dalšími firmami, nedostatečná kapacita veřejných školek a růst porodnosti. Hrozby společnosti jsou konkurenti, nízký počet zákazníků a růst cen.

V budoucnu by společnost chtěla poskytovat služby také dětem mladším tří let nebo zahájit spolupráci s velkými podniky a rozšířit nabídku stávajících kroužku o nové aktivity.

5 SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Základní údaje o společnosti Mateřská škola Slůně, s. r. o.
Tabulka č. 2: Předběžný přehled pracovních míst
Tabulka č. 3: Aktuální stav přijatých dětí do MŠ k 6. 6. 2013
Tabulka č. 4: Ceník školného 2014/2015
Tabulka č. 5: Ceník stravného 2014/2015
Tabulka č. 6: Zahajovací rozvaha Soukromá mateřská škola Slůně, s. r. o. ke dni 1. 7. 2014 v Kč
Tabulka č. 7: Předpokládané příjmy v prvních 3 letech podnikání
Tabulka č. 8: Předpokládané výdaje v prvních 3 letech podnikání
Tabulka č. 9: Konečná rozvaha Soukromá mateřská škola Slůně, s. r. o. ke dni 30. 6. 2015
Tabulka č. 10: Výkaz zisků a ztrát Mateřské školy Slůně, s. r. o. ve zjednodušeném rozsahu za období 2014 – 2016 v Kč.
Tabulka č. 11: SWOT analýza Slůně
Tabulka č. 12: Analýza rizik

6 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: Úrovně produktu

Obrázek č. 2: SMART cíle

Obrázek č. 3: Model AIDA

Obrázek č. 4: Ganttův diagram

7 SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

ČR	Česká republika
DM	Dlouhodobý majetek
DNM	Dlouhodobý nehmotný majetek
DPP	Dohoda o provedení práce
KN	Katastr nemovitostí
MŠ	Mateřská škola
Obr.	Obrázek
odst.	Odstavec
OR	Obchodní rejstřík
SP	Sociální pojištění
s. r. o.	Společnost s ručením omezeným
t. j.	tj.
TR	Trestní rejstřík
vč.	Včetně
VH	Výsledek hospodaření
ZOK	Zákon o obchodních korporacích
ZP	Zdravotní pojištění
ZŠ	Základní škola

8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

8.1 Literatura

BOUČKOVÁ, Jana et al. *Marketing*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2003. xvii, 432 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-7179-577-1.

KOTLER, Philip a KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. 12th ed. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, ©2006. 1 sv. ISBN 0-13-145757-8.

SRPOVÁ, Jitka et al. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 194 s. Expert. ISBN 978-80-247-4103-1.

SRPOVÁ, Jitka a kol. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5

SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing - cesta k trhu*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2.

TAUER, Vladimír, ZEMÁNKOVÁ, Helena a ŠUBRTOVÁ, Jana. *Získejte dotace z fondů EU: tvorba žádosti a realizace projektu krok za krokem: metodika, pravidla, návody*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2009. 160 s. ISBN 978-80-251-2649-3.

VEBER, Jaromír a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 332 s. Expert. ISBN 978-80-247-4520-6.

WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2003. 159 s. Malé a střední podnikání. ISBN 80-7261-075-9.

8.2 Internetové zdroje

Businessvize. *SMART aneb jak definovat cíle* [online]. 2010 [cit. 2014-02-21]. Dostupné z: http://www.businessvize.cz/planovani/smart-aneb-jak-definovat-cile

Contrust [online]. 4. 3. 2013. 2013 [cit. 2013-09-11]. Dostupné z: http://www.contrust.cz/od-zameru-k-podnikatelskemu-planu/

Informace o školách. *Plzeňské ZŠ a MŠ* [online]. 2014 [cit. 2014-01-19]. Dostupné z: https://www.plzenskeskoly.cz/informace-o-skolach/skola_2/?o=vse&t=2&jh=vse&vk=vse&vs=vse&st=vse&pt=vse&b=vse&ds=vse&dv=vse&dj=vse&dn=vse&d=vse&k=vse&CatID=387

Informativní zpráva [online]. 2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: https://usneseni.plzen.eu/bin_soubor.php?id=293047&t=p

Ipodnikatel.cz [online]. 2013 [cit. 2013-07-30]. Dostupné z: http://www.ipodnikatel.cz/Podnikatelsky-zamer/

Normativy soukromých škol. *Msmt* [online]. 2013 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/ekonomika-skolstvi/normativy-soukromych-skol-na-rok-2013

O školce. *Základní škola Tyršova Plzeň* [online]. 2010 [cit. 2014-01-19]. Dostupné z: http://www.tyrsovazsams.plzen.eu/ms/o-skolce/o-skolce-5.aspx

Podnikatelský plán a strategie. *Businessinfo* [online]. 2012 [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html#!

Přehled soukromých mateřských škol [online]. 17. 5. 2012. 2012 [cit. 2013-11-09]. Dostupné z: http://www.plzen.eu/obcan/urad/magistrat-mesta-plzne/urad-sluzeb-obyvatelstvu/odbor-skolstvi-mladeze-a-telovychovy/clanky-osmt/prehled-soukromych-materskych-skol-na-uzemi-mesta-plzne.aspx

Přehled soukromých mateřských škol na území města Plzně. In: *Plzen2015* [online]. 2014 [cit. 2014-01-19]. Dostupné z: http://www.plzen.eu/obcan/urad/magistrat-mesta-plzne/urad-sluzeb-obyvatelstvu/odbor-skolstvi-mladeze-a-telovychovy/clanky-osmt/prehled-soukromych-materskych-skol-na-uzemi-mesta-plzne.aspx

Rodinná školka Drobeček. [online]. 2014 [cit. 2014-01-19]. Dostupné z: http://www.skolkadrobecek.cz/

Super školka. [online]. 2014 [cit. 2014-01-19]. Dostupné z: http://www.superskolka.cz/
Doudlevecká školička. [online]. 2014 [cit. 2014-01-19]. Dostupné z: http://www.doudleveckaskolicka.cz/

Školy a školská zařízení 2012/2013. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-01-19]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/3301-13

Váš daňový poradce: Společnost s ručeným omezeným podle zákona o obchodních korporacích. *Váš daňový poradce* [online]. 7. 12. 2013 [cit. 2014-02-21]. Dostupné z: http://www.vasdanovyporadce.cz/spolecnost-s-rucenim-omezenym-podle-zakona-o-obchodnich-korporacich/

Veselá žabička. [online]. 2014 [cit. 2014-01-19]. Dostupné z: http://www.veselazabicka.cz/

Založení soukromé mateřské školy. *Finance* [online]. 2010 [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: http://firmy.finance.cz/zpravy/finance/262381-zalozeni-soukrome-materske-skolky/

9 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A: Titulní list podnikatelského plánu

Příloha B: Mapa sídla podnikání

Příloha C: Dohoda o provedení práce

Příloha D: Průzkum na trhu mateřských škol

Příloha E: Seznam mateřských škol

Příloha F: Přehled soukromých mateřských škol na území města Plzně (stav ke dni 8. 1. 2014)

Příloha G: Odpisový plány

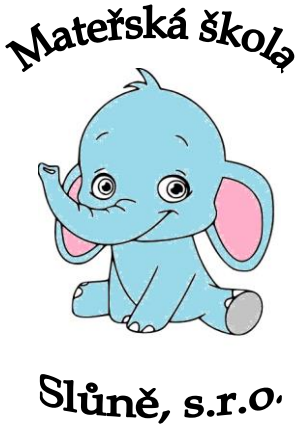
Příloha H: Konečná rozvaha pro rok 2016, 2017

Příloha I: Dotazník pro rodiče

Příloha A: Titulní list podnikatelského plánu

Podnikatelský plán

Mateřská škola Slůně, s. r. o.

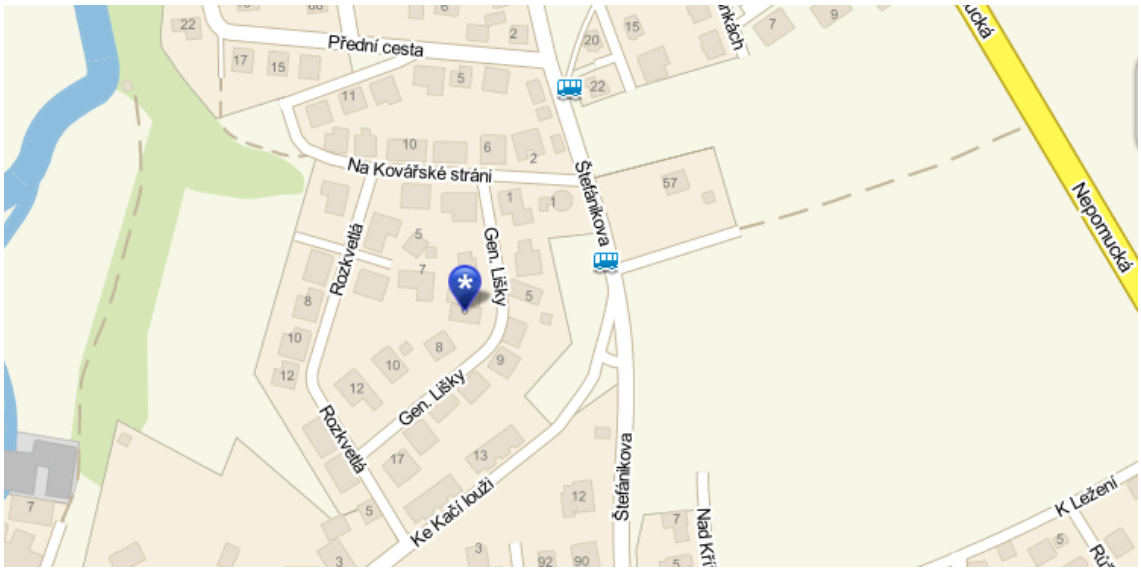


Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Název:	Mateřská škola Slůně, s. r. o.
Jméno autora:	Pavla Kasíková
Forma podnikání:	Společnost s ručením omezeným
Předmět podnikání:	provozování soukromé mateřské školy
Sídlo firmy:	Generála Lišky 6, Plzeň - Černice 326 00
Www:	msslune.cz
E-mail:	msslune@seznam.cz
Datum založení:	01. 07. 2014

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Příloha B: Mapa sídla podnikání



Zdroj: Mapy.cz, 2014

Příloha C: Dohoda o provedení práce

DOHODA O PROVEDENÍ PRÁCE

Zaměstnavatel: Mateřská škola Slůně, s. r. o.

IČ: .....

se sídlem: Prešovská 15, 301 00 Plzeň

a

Zaměstnanec: .....

rodné číslo: .....

bytem: .....

uzavírají v souladu s § 75 zákona č. 262/2006 Sb., zákoníku práce, ve znění pozdějších předpisů tuto

DOHODU O PROVEDENÍ PRÁCE

1. Zaměstnanec se zavazuje vykonat pro zaměstnavatele následní pracovní úkol: ..... .

2. Místo výkonu práce: ..... .

3. Celkový rozsah práce dle této dohody bude činit ..... hodin, přičemž nepřekročí 300 hodin za kalendářní rok.

4. Pracovní úkol bude proveden od ..... do ..... .

5. Pracovník provede pracovní osobně.

6. Za vykonanou práci náleží zaměstnanci odměna ve výši ..... Kč
(slovy: .....) za každou jednu hodinu odvedené práce.
7. Sjednaná odměna je splatná do 10. dne následujícího kalendářního měsíce po vykonání práce na bankovní účet číslo ..... .

8. Jakékoliv změny této dohody je nutno provést po dohodě obou stran, a to písemnou formou.

9. Další práva a povinnosti obou smluvních stran upravuje ustanovení Zákoníku práce v platném znění.

10. Další ujednání: ..... .

V Plzni, dne

.....	.....
podpis zaměstnance	podpis zaměstnavatele

Zdroj: Zpracedoprace, 2014

Příloha D: Průzkum na trhu mateřských škol

Dotazník

1. **Kolik máte v současné době dětí?**

   □ žádné, ale plánuji □ žádné a neplánuji

   □ 1 □ 2 □ 3 a více

2. **Pokud máte dítě/děti je/jsou ve věku:**

   □ 0-3 □ 3-6 □ 6 a více

3. **Bylo snadné najít volné místo pro Vaše dítě v mateřské škole?**

   □ ano □ ne

4. **Byli byste ochotni dát Vaše dítě do soukromé mateřské školy?**

   □ ano

   □ ano, pokud by kvalita výuky odpovídala mým požadavkům

   □ ano, pokud by se škola nacházela v místě mého bydliště/pracoviště

   □ ano, pokud by škola byla specializovaná na cizí jazyk či jiné služby

   □ ne, upřednostňuji státní mateřské školy

   □ ne, nemohu si dovolit platit školné

5. **Kolik Vás stojí tato školka / kolik byste byli ochotni zaplatit (měsíčně)?**

   □ nic □ 1 000 - 3000 Kč □ 3000 – 5 000 Kč

   □ 5000 - 6000 Kč □ 6000-8000

   □ Pokud bude výuka kvalitní, na výši školného nezáleží

6. **Jaké služby byste v mateřské škole využili?**

   □ výuka cizích jazyků

   □ dětská cvičení (jóga, aerobic,…)

   □ ruční práce (origami, kirigami, malování)

   □ dětské oslavy

   □ hlídání dětí mimo provozní dobu školky

   □ tematické akce (besídky atd.)

   □ jiné

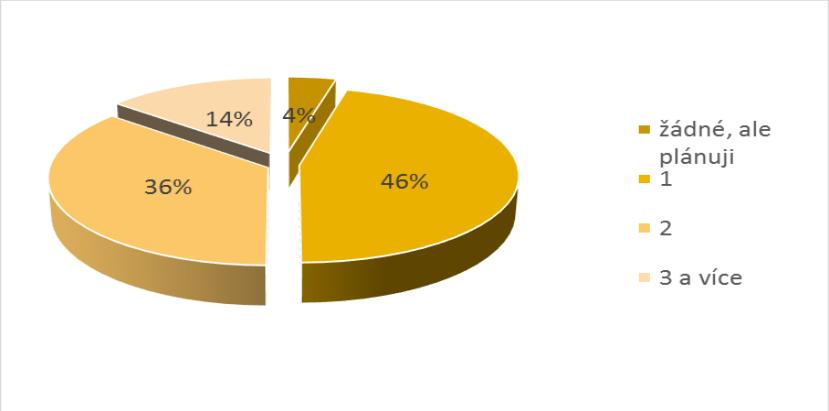
Vyhodnocení dotazníku

Dotazník byl předložen 50 respondentům ve věku 18 – 55 let. Celkem odpovídali na 6 otázek.

Otázka č. 1: Kolik máte v současné době dětí?

Z 50 respondentů odpověděli dva (4%), že nemají žádné, ale plánují; na 1 dítě odpovědělo 23 respondentů (46%), 2 děti má 18 dotazovaných (36%) a 3 dětí má 7 respondentů z 50 dotazovaných (14%).

Graf č. 1: Počet dětí

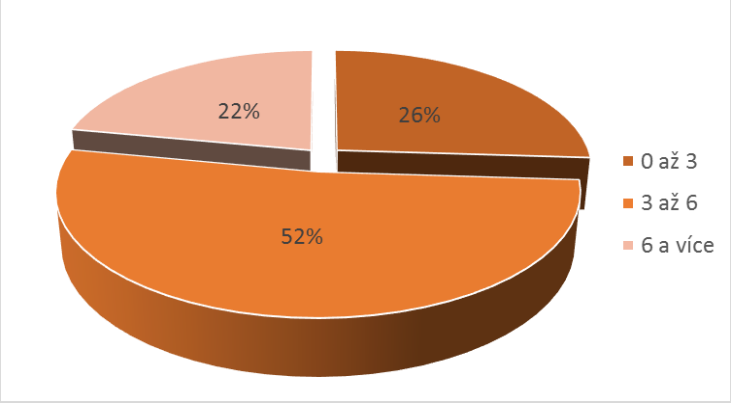


Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Otázka č. 2: Věk dítěte

Dítě/děti ve věku 0-3 let má 13 z dotazovaných (26%). Ve věku 3-6 let má celkem 26 respondentů (52%). 6 a více let má 11 respondentů (22%).

Graf č. 2: Věk dítěte

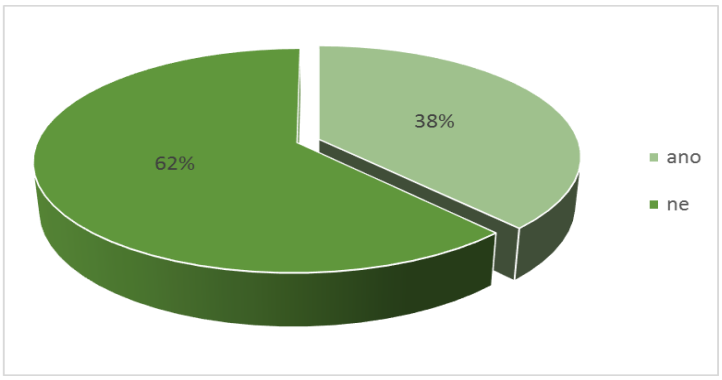


Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Otázka č. 3: Snadnost najít volné místo

31 respondentů odpovědělo, že nebylo snadné najít pro své dítě/děti místo v soukromé škole (62%) a 19 dotazovaných tento problém nemělo (38%).

Graf č. 3: Snadnost najít volné místo

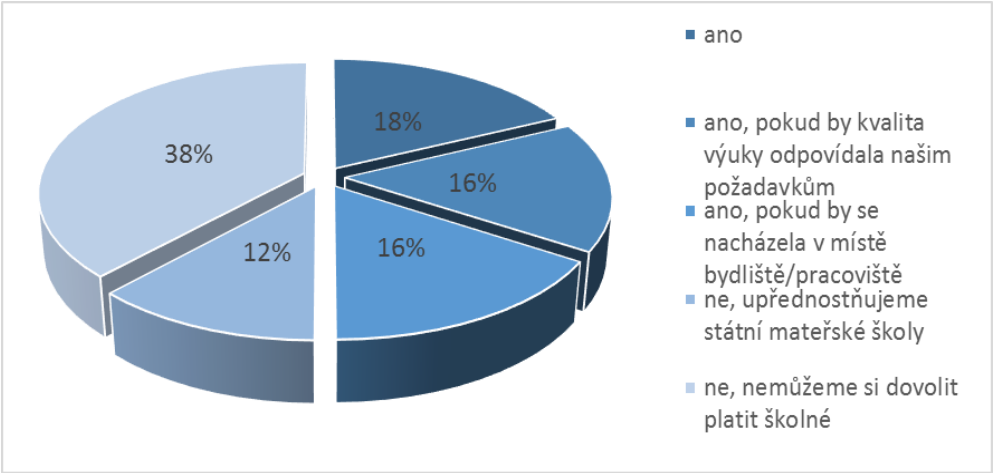


Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Otázka č. 4: Ochotnost dát dítě do soukromé mateřské školy

Odpověď „ano“ uvedlo 9 respondentů (18%), odpověď „ano, pokud by kvalita výuky odpovídala naším požadavkům“ zodpovědělo 8 respondentů (16%), také 8 respondentů (16%) zaškrtlo „ano, pokud by se nacházela v místě bydliště/pracoviště. 6 dotazovaných upřednostňuje státní mateřské školy (12%) a největší zastoupení celkem 19 respondentů (38%) si nemůže dovolit platit školné soukromých školek.

Graf č. 4: Ochotnost dát dítě do soukromé mateřské školy

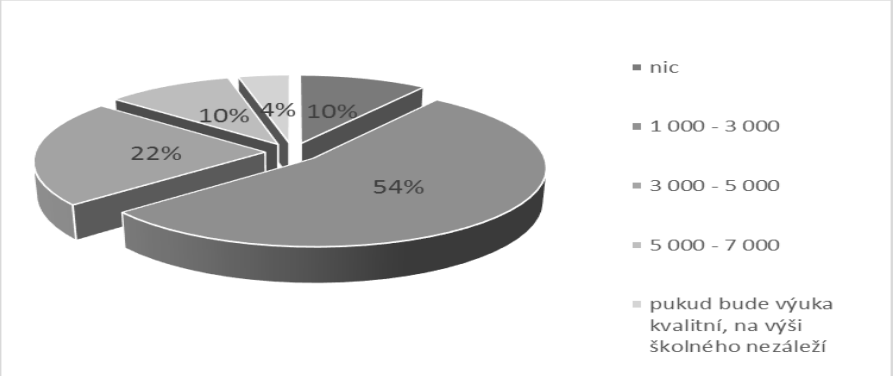


Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Otázka č. 5: Výše školného

Na předposlední otázku kolik vás stojí školka, popřípadě kolik ochotni za ni zaplatit odpověděli respondenti takto: 5 (10%) žádnou částku, 27 (54%) rozmezí mezi 1 000 až 3 000 Kč, 11 (22%) částku 3 000 až 5 000 Kč, 5 (10%) 5 000 až 7 000 Kč a pokud by byla výuka kvalitní, na výši školného nezáleží, odpověděli 2 (4%).

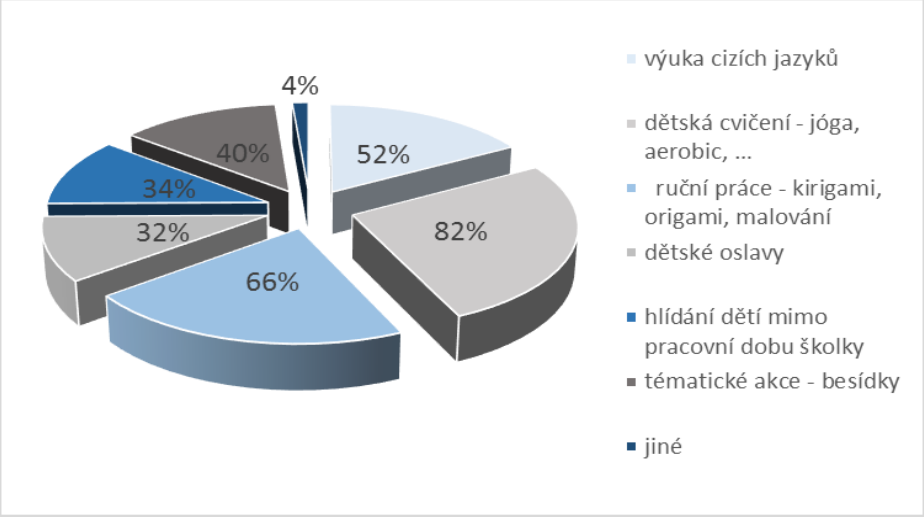
Graf č. 5: Výše školného



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Otázka č. 6: Další služby mateřské školy

Na poslední otázku mohli rodiče vybírat z více odpovědí zároveň. Zájem o výuku cizích jazyků, projevilo 26 oslovených (52%), největší zájem je o dětská cvičení, odpovědělo 41 z dotazovaných (82%). O ruční práce projevilo zájem 33 respondentů (66%). Dětské oslavy by zvolilo 16 dotazovaných (32%). Hlídaní mimo pracovní dobu školky by využilo 17 respondentů (34%). Z 50 dotazovaných by 20 využili tématické akce (40%) a volbu jiné – např. hra na hudební nástroj by zvolili 2 respondenti (4%).



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Z uvedených odpovědí je patrné, že přes 60% z dotazovaných 50 respondentů mělo problém najít místo pro své dítě v mateřské škole. Více jak 50% dotazovaných má děti ve věku 3 až 6 let. Z toho také plyne nedostatečná nabídka volných míst v současných mateřských školách, a proto tito respondenti představují potencionální zákazníky Soukromé mateřské školy Slůně, s. r. o. Významným faktorem při jejich rozhodování je kvalita výuky a umístění školky v blízkosti bydliště či pracoviště. Přibližně 50% z respondentů také uvedlo, že si služby soukromých mateřských škol nemůžou z finančních důvodů dovolit, a tak upřednostňují státní mateřské školy. Přes 54% je ochotno platit výši školného 1 000 až 3 000 Kč za měsíc, ale bohužel žádná soukromá školka se v tomto rozmezí nepohybuje. Pouze 10% z dotazovaných je ochotno platit výši školného 5 000 – 7 000 Kč za měsíc. Největším zájmem z nabízených služeb projevili respondenti o dětská cvičení, ruční práce a výuku cizích jazyků.

Příloha E: Seznam mateřských škol

Název	Adresa	Webové stránky
02. MŠ	U Hvězdárny 26, 326 00 Plzeň	www.ms2plzen.estranky.cz
05. MŠ	Zelenohorská 25, 326 00 Plzeň	5ms-plzen.blgz.cz
06. MŠ	Republikánská 25, 312 00 Plzeň	www.ekoskolka.cz
07. MŠ	Kralovická 35, 323 00 Plzeň, odloučené pracoviště: Žlutická 2, 323 00 Plzeň	www.ms7.plzen.eu
07. ZŠ a MŠ	Brněnská 36, 323 00 Plzeň	www.zs7.plzen-edu.cz
16. MŠ	Korandova 11, 301 00 Plzeň	www.ms16plzen.cz
16. ZŠ a MŠ	Americká třída 30, 301 38 Plzeň, odloučená pracoviště: ZŠ Plzeň-Radčice, V Radčicích 20; MŠ Plzeň-Radčice, Stromková 29; MŠ Plzeň-Malesice, Ke Kostelu 3	www.duhovaskola.cz
17. MŠ	Čapkovo náměstí 4, 326 00 Plzeň	17msplzen.wz.cz
17. ZŠ a MŠ	Malická 1, 301 00 Plzeň, odloučená pracoviště: Zručská cesta 4, Plzeň a Křížkova 2, Plzeň	www.zs17.plzen-edu.cz
21. MŠ	Na Celchu 33 , 326 00 Plzeň	www.ms21.plzen.eu
22. MŠ	Z. Wintra 19, 301 00 Plzeň, odloučená pracoviště Mánesova 67, 301 00 Plzeň, nám. Míru 4, 301 00 Plzeň	www.22msplzen.cz
23. MŠ	Topolová 3, 326 00 Plzeň	www.23ms.cz
24. MŠ	Schwarzova 4, 301 00 Plzeň	www.ms24.plzen.eu
25. MŠ	Ruská 83, 326 00 Plzeň	www.25msplzen.wz.cz
27. MŠ	Dvořákova 4, 301 00 Plzeň, odloučené pracoviště: Dvořákova 18, Plzeň	www.zelvickovaskolka.cz
29. MŠ	Lidická 3, 323 00 Plzeň	ms29.plzen.eu
31. MŠ	Spojovací 7, 326 00 Plzeň	31.msplzen.cz
32. MŠ	Resslova 22, 301 00 Plzeň	www.32ms.cz
33. MŠ	Kyšická 51, 312 00 Plzeň	www.ms33plzen.cz
37. MŠ	Barvínkova 18, 326 00 Plzeň	37msplzen.wz.cz
38. MŠ	Spojovací 14, 326 00 Plzeň.	www.skolka-spojovaci.cz
44. MŠ	Tomanova 3, 5, 301 00 Plzeň	44ms.cz
46. MŠ	Fibichova 4, 323 00 Plzeň	www.ms46plzen.cz
49. MŠ	Puškinova 5, příspěvková organizace	ms49.plzen.eu
50. MŠ	Družby 4, 326 00 Plzeň	www.ms50.plzen.eu
51. MŠ	Částkova 6, 326 00 Plzeň	www.ms51.plzen.eu

54. MŠ	Staniční 72, 312 00 Plzeň	www.sportovnimsplzen.eu
55. MŠ	Mandlova 6, 301 00 Plzeň	www.55ms.eu
56. MŠ	Budilovo náměstí 72, 321 00 Plzeň	www.ms56.plzen.eu
57. MŠ	Nad Dalmatinkou 1, 312 00 Plzeň	www.msplzendalmatinka.w1.cz
60. MŠ	Manětínská 37, 323 00 Plzeň	www.ms60plzen.cz
61. MŠ	Nade Mží 3, 318 00 Plzeň	www.ms61plzen.cz
63. MŠ	Lábkova 30, 318 00 Plzeň; pracoviště Karla Steinera 908/27, 318 00 Plzeň	www.barevnaskolka.org
64. MŠ	Pod Chlumem 3, 312 15 Plzeň, odloučené pracoviště: Zábělská 25, Plzeň	ms64.plzen.eu
70. MŠ	Waltrova 26, 318 00 Plzeň	www.ms70.plzen.eu
78. MŠ	Sokolovská 30, 323 00 Plzeň	www.ms78.plzen.eu
80. MŠ	Mikulášské náměstí 8, 326 00 Plzeň	www.ms80-plzen.ic.cz
81. MŠ	Hodonínská 53, 323 00 Plzeň	www.ms81plzen.estranky.cz
87. MŠ	Komenského 46, 323 00 Plzeň	www.kosici.cz
89. MŠ	Habrová 8, 326 00 Plzeň	ms89.plzen.eu
90. MŠ	Západní 7, 323 00 Plzeň	www.90msplzen.cz
91. MŠ	Jesenická 11, 323 00 Plzeň, odloučené pracoviště Gerská 32, 323 00 Plzeň	www.ms91plzen.cz
Benešova ZŠ a MŠ	Doudlevecká 35, 301 00 Plzeň	www.benesovaskola.cz
MŠ Drobeček	Koterovská 131, Plzeň, 326 00	www.skolkadrobecek.cz
MŠ Klubíčko	Školní nám. 1, 318 05 Plzeň – Skvrňany	www.ms-klubicko.cz
MŠ Křimice	Vochovská 25, 322 00 Plzeň-Křimice	www.mskrimice.plzen.eu
MŠ Plzeň-Božkov	Božkovské náměstí 576/2A, 326 00 Plzeň	www.skolkabozkov.cz
SpMŠ Ke Špitálskému lesu	Ke Špitálskému lesu 3, 312 00 Plzeň; pracoviště Jesenická 11, 323 00 Plzeň	specms.webnode.cz
Tyršova ZŠ a MŠ	U Školy 7, 326 00 Plzeň	www.tyrsovazsams.plzen.eu
ZŠ a MŠ Božkov	Vřesinská 17, 326 00 Plzeň	www.zsplzenbozkov.cz
ZŠ a MŠ Lazaretní	Lazaretní 1290/25, 312 00 Plzeň-Doubravka; Speciálně pedag.centrum a internát - Nad Týncem 1199/38, 312 00 Plzeň, Doubravka	www.zrak-plzen.cz
ZŠ a MŠ Mohylová	Mohylová 90, Plzeň	www.sluchpost-plzen.cz

Zdroj: www. plzenskeskoly.cz, 2014

Příloha F: Přehled soukromých mateřských škol na území města Plzně (stav ke dni 8. 1. 2014)

VESELÁ ŽABIČKA, Rokycanská 1337

- pro děti od 1,5 do 7 let
- provozní doba 6:00 – 18:00 h
- cena 6 500 Kč/měsíc + stravné na celý den 94 Kč
- kapacita 25 dětí
- www.veselazabicka.cz

LITTLE SCHOOL anglicko-česká školka s prvky Montessori, Truhlářská 16

- pro děti od 3 do 7 let
- provozní doba 7:00 – 16:30 h
- cena 6 350 Kč/měsíc + stravné na celý den 70 Kč
- kapacita 20 dětí
- www.abcenter.cz

Školka Božkov waldorfská MŠ, Božkovské nám. 576/2A

- pro děti od 3 do 7 let
- provozní doba 07:00 – 16:30 h
- cena 800 Kč/měsíc + stravné na celý den 50 Kč
- kapacita 40 dětí
- zapsána v rejstříku škol
- www.skolkabozkov.cz

Super školka u Boleváku , Malý Bolevec 2068

- pro děti od 1,5 do 6 let
- provozní doba 7:00 – 17:00 h
- cena - děti do 3 let 6 400 Kč/měsíc + stravné na celý den 70 Kč
- cena - děti 3 – 6 let 5 500 Kč/měsíc + stravné na celý den 70 Kč
- kapacita 10 dětí
- www.superskolka.cz

Doudlevecká školička, Mělnická 4

- pro děti od 3 do 6 let
- provozní doba 6:00 – 17:00 h
- cena 6 000 Kč/měsíc + stravné na celý den 82 Kč
- kapacita 12 – 15 dětí
- www.doudleveckaskolicka.cz

Královská školička, Popelnicová 18

- pro děti od 2 do 6 let
- provozní doba 7:00 – 17:00 h
- cena - děti do 3 let 7 500 Kč/měsíc včetně stravného
- cena - děti nad 3 roky 6 500 Kč/měsíc včetně stravného

- kapacita 23 dětí
- www.kralovskaskolicka.cz

Soukromá mateřská škola Klíček, Boženy Němcové 5

- pro děti od 3 do 7 let
- provozní doba 7:00 – 17:00 h
- cena 7 500 Kč/měsíc + stravné na celý den 80 Kč
- kapacita 20 dětí
- www.skolka-klicek.cz

Anglická školka My World, Pallova 42/8

- pro děti od 2 do 6 let
- provozní doba 7:00 – 16:00 h
- cena 7 500 Kč/měsíc + stravné (ranní svačinka a oběd) 80 Kč
- za pozdní vyzvednutí dítěte účtováno 120 Kč/hod., tolerance 15 minut
- www.anglickaskolka.com

Rodinná školka Drobeček, Koterovská 131

- pro děti od 2 do 6 let
- provozní doba 7:15 – 17:00 h
- cena 7 000 Kč/měsíc včetně stravného
- kapacita 24 dětí
- neodpočítává se nepřítomnost dítěte
- zapsána v rejstříku škol
- www.skolkadrobecek.cz

Easy start – soukromá školka, Brojova 16

- pro děti od 18 měsíců do 3 let, od 3 let chodí do MŠ Drobeček
- provozní doba 7:00 – 17:00 h
- cena 7 000 Kč/ měsíc včetně stravného
- pro děti od 18 do 24 měsíců je cena navýšena o 30%
- www.zseasystart.cz

Dětský klub Kulihrášek, Těšínská ul., Doubravka

- pro děti od 2,5 do 6 let
- provozní doba 6:30 – 16:30 h
- cena 4 200 Kč/měsíc + stravné na celý den 60 Kč
- kapacita 6 – 8 dětí
- www.klubkulihrasek.cz

SKP DUHA, mateřské centrum, Husova 14

- pro děti od 2 do 6 let
- provozní doba 08:15 – 15:00 h
- cena 3 500 Kč/měsíc + oběd 30 Kč
- kapacita 12 dětí
- www.mcduha.cz

Montessori školka Pampeliška, Dopravní 33

- pro děti od 2,5 do 7 let
- provozní doba 6:30 - 16.30 h
- cena 6 500 Kč/měsíc + stravné 75 Kč/den
- přípravka pro děti od 3 měsíců do 3 let (doprovod)
- www.montessori-pampeliška-plzen.cz

MŠ Baby Vláček, Skrétova 977/13

- miniškolka + hlídání dětí
- pro děti 2 - 7 let
- provozní doba 7:00 - 19:00 h
- cena 40-60 Kč/hod + stravné 65 Kč/den
- kapacita 15 dětí
- www.babyvlacek.cz

MŠ Montessori, Kopeckého sady 12

- pro děti od 2,5 let
- provozní doba 7:00 - 16:30 h
- cena 6 800 Kč/měsíc + stravné 70 Kč/den
- www.montessori-plzen.cz

Školka Kopretina, Brněnská 20

- pro děti od 2 let
- provozní doba 7:30 - 15:00 h
- 15:00 - 17:00 h + za příplatek 50 Kč/den
- cena 3000 Kč/měsíc + stravné 55 Kč/den
- www.kopretina.org

Soukromá MŠ Malý svět, Nade Mží 1

- pro děti 3 - 7 let
- provozní doba 7:00 - 17:00 h
- cena 1500 Kč/měsíc + stravné 60 Kč/den
- kapacita 40
- www.ms-plzen.cz

Mateřská škola Klubíčko, Školní náměstí 1

- pro děti od 3 - 7 let
- provozní doba 7:00 - 14:00 h
- cena 2 600 - 3 200 Kč/měsíc, stravné hrazeno samostatně
- kapacita 60 dětí
- www.ms-klubicko.cz

Tomíkova jazyková mateřská škola, Sluneční 995/18

pro děti od 1,5 roku do nástupu ZŠ
provozní doba 6:00 - 18:00 h
cena 1 660 - 7 200 Kč/měsíc + stravné 100 Kč/den

kapacita 15 dětí
www.tomikovaskolicka.cz

Mateřská škola kardinála Berana, Žlutická 2 (církevní MŠ)

pro děti od 3 - 6 let
provozní doba 6:30 - 16:00 h
cena 950 Kč/měsíc + stravné 800 Kč/měsíc
kapacita 24 dětí
www.mskb.cz

Zdroj: www.plzen.eu, 2014

Příloha G: Odpisový plány

Účetní odpisy

Společnost si pořídí nábytek za 70 000 Kč. Doba použitelnosti byla stanovena na 60 měsíců (5 let).

Odpisový plán - nábytek			
Měsíc	**Odpis v Kč**	**Oprávky v Kč**	**Zůstatková cena**
1	1167	1167	68833
2	1167	2334	67666
3	1167	3501	66499
4	1167	4668	65332
5	1167	5835	64165
6	1167	7002	62998
7	1167	8169	61831
8	1167	9336	60664
9	1167	10503	59497
10	1167	11670	58330
11	1167	12837	57163
12	1167	14004	55996
13	1167	15171	54829
14	1167	16338	53662
15	1167	17505	52495
16	1167	18672	51328
17	1167	19839	50161
18	1167	21006	48994
19	1167	22173	47827
20	1167	23340	46660
21	1167	24507	45493
22	1167	25674	44326
23	1167	26841	43159
24	1167	28008	41992
25	1167	29175	40825
26	1167	30342	39658
27	1167	31509	38491
28	1167	32676	37324
29	1167	33843	36157
30	1167	35010	34990
31	1167	36177	33823
32	1167	37344	32656
33	1167	38511	31489
34	1167	39678	30322
35	1167	40845	29155
36	1167	42012	27988

Měsíc	Odpis v Kč	Oprávky v Kč	Zůstatková cena
37	1167	43179	26821
38	1167	44346	25654
39	1167	45513	24487
40	1167	46680	23320
41	1167	47847	22153
42	1167	49014	20986
43	1167	50181	19819
44	1167	51348	18652
45	1167	52515	17485
46	1167	53682	16318
47	1167	54849	15151
48	1167	56016	13984
49	1167	57183	12817
50	1167	58350	11650
51	1167	59517	10483
52	1167	60684	9316
53	1167	61851	8149
54	1167	63018	6982
55	1167	64185	5815
56	1167	65352	4648
57	1167	66519	3481
58	1167	67686	2314
59	1167	68853	1147
60	1147	70000	0

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Společnost si pořídí zahradní vybavení a prolézačky za 40 000 Kč. Doba použitelnosti 60 měsíců (5 let).

Odpisový plán - zahradní vybavení, prolézačky			
Měsíc	**Odpis v Kč**	**Oprávky v Kč**	**Zůstatková cena**
1	665	665	39335
2	665	1330	38670
3	665	1995	38005
4	665	2660	37340
5	665	3325	36675
6	665	3990	36010
7	665	4655	35345
8	665	5320	34680
9	665	5985	34015
10	665	6650	33350
11	665	7315	32685
12	665	7980	32020
13	665	8645	31355
14	665	9310	30690
15	665	9975	30025
16	665	10640	29360
17	665	11305	28695
18	665	11970	28030
19	665	12635	27365
20	665	13300	26700
21	665	13965	26035
22	665	14630	25370
23	665	15295	24705
24	665	15960	24040
25	665	16625	23375
26	665	17290	22710
27	665	17955	22045
28	665	18620	21380
29	665	19285	20715
30	665	19950	20050
31	665	20615	19385
32	665	21280	18720
33	665	21945	18055
34	665	22610	17390
35	665	23275	16725
36	665	23940	16060
37	665	24605	15395
38	665	25270	14730

Měsíc	Odpis v Kč	Oprávky v Kč	Zůstatková cena
39	665	25935	14065
40	665	26600	13400
41	665	27265	12735
42	665	27930	12070
43	665	28595	11405
44	665	29260	10740
45	665	29925	10075
46	665	30590	9410
47	665	31255	8745
48	665	31920	8080
49	665	32585	7415
50	665	33250	6750
51	665	33915	6085
52	665	34580	5420
53	665	35245	4755
54	665	35910	4090
55	665	36575	3425
56	665	37240	2760
57	665	37905	2095
58	665	38570	1430
59	665	39235	765
60	765	40000	0

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Odpisy dlouhodobého nehmotného majetku v částce 30 000,- Kč odepisované 48 měsíců. (2 roky)

Odpisový plán - dlouhodobý nehmotný majetek			
Měsíc	**Odpis v Kč**	**Oprávky v Kč**	**Zůstatková cena**
1	625	625	29375
2	625	1250	28750
3	625	1875	28125
4	625	2500	27500
5	625	3125	26875
6	625	3750	26250
7	625	4375	25625
8	625	5000	25000
9	625	5625	24375
10	625	6250	23750
11	625	6875	23125
12	625	7500	22500
13	625	8125	21875
14	625	8750	21250
15	625	9375	20625
16	625	10000	20000
17	625	10625	19375
18	625	11250	18750
19	625	11875	18125
20	625	12500	17500
21	625	13125	16875
22	625	13750	16250
23	625	14375	15625
24	625	15000	15000
25	625	15625	14375
26	625	16250	13750
27	625	16875	13125
28	625	17500	12500
29	625	18125	11875
30	625	18750	11250
31	625	19375	10625
32	625	20000	10000
33	625	20625	9375
34	625	21250	8750
35	625	21875	8125
36	625	22500	7500
37	625	23125	6875
38	625	23750	6250
39	625	24375	5625

Měsíc	Odpis v Kč	Oprávky v Kč	Zůstatková cena
40	625	25000	5000
41	625	25625	4375
42	625	26250	3750
43	625	26875	3125
44	625	27500	2500
45	625	28125	1875
46	625	28750	1250
47	625	29375	625
48	625	30000	0

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Daňové odpisy

Soubor nábytku v pořizovací ceně 70 000 Kč bude zařazen spolu se zahradním vybavením, prolézačky v ceně 40 000 Kč do druhé odpisové skupiny. Doba odepisování v létech činí 5 let. Odepisováno rovnoměrně.

Odpis	Nábytek	Zahradní vybavení, prolézačky
Odpis v 1. roce	7 700 Kč	4 400 Kč
Odpis v 2. roce	15 575 Kč	8 900 Kč
Odpis v 3. roce	15 575 Kč	8 900 Kč
Odpis v 4. roce	15 575 Kč	8 900 Kč
Odpis v 5. roce	15 575 Kč	8 900 Kč
Celkem	**70 000 Kč**	**40 000 Kč**

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Příloha H: Konečné rozvahy pro rok 2016, 2017

Konečná rozvaha Soukromé mateřské školy Slůně, s. r. o. k 30. 6. 2016 v Kč.

	Brutto	**Netto**		
Aktiva celkem		**553 911**	**Pasiva celkem**	**553 911**
B. Dlouhodobý majetek	140 000	96 032	**A. Vlastní kapitál**	318 911
B. I. Dlouhodobý nehmotný majetek	30 000	30 000	A.I.Základní kapitál	140 000
B. II. Dlouhodobý hmotný majetek	110 000	66 032	A.IV.Výsledek hosp. minulých let	- 34 371
C. Oběžná aktiva	457 879	457 879	A. IV. Neuhrazená ztráta min. let	- 34 371
C. III. Krátkodobý finanční majetek	457 879	457 879	A. V. Výsledek hospodaření běžného účetního období	213 282
			B. Cizí zdroje	235 000
			B. I. Bank. Úvěry	235 000

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Konečná rozvaha Soukromé mateřské školy Slůně, s. r. o. k 30. 6. 2017 v Kč.

	Brutto	**Netto**		
Aktiva celkem		**1 175 312**	**Pasiva celkem**	**1 175 312**
B. Dlouhodobý majetek	140 000	74 048	**A. Vlastní kapitál**	1 091 312
B.I.Dlouhodobý nehmotný majetek	30 000	30 000	A. Základní kapitál	140 000
B. II. Dlouhodobý hmotný majetek	110 000	44 048	A.VH minulých let	178 911
C. Oběžná aktiva	1 101 264	1 101 264	A. Výsledek hosp. za běžné období	772 401
C. III. Krátkodobý finanční majetek	1 101 264	1 101 264	B. Cizí zdroje	84 000
			B. I. Bank. Úvěry	84 000

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Příloha I: Dotazník pro rodiče

Dotazník pro rodiče

Tento dotazník slouží k lepšímu poznání Vašeho dítěte/Vašich dětí a spokojenosti i z Vaší strany.

1. Jak oslovujete vaše dítě, jménem, zdrobnělinou nebo přezdívkou?
2. Umí se sám/sama svléknout, obléknout nebo potřebuje pomoc?
3. Používá samo toaletu nebo potřebuje pomoc?
4. Hraje si samo nebo raději se sourozencem nebo s kamarádem?
5. Své hračky si uklízí nebo nechává vše rozházené?
6. Jaké aktivity má nejraději? Kreslení, stavebnice, stolní hry…
7. Bývá přes den unavený? Má potřebu odpočívat?
8. Dělá mu problém být určitou dobu bez rodičů?
9. Kdo má z rodiny na něj největší vliv?
10. Stručná charakteristika dítěte.
11. Je alergické na něco?

Děkujeme Vám za zodpovězení otázek.

ABSTRAKT

KASÍKOVÁ, Pavla. *Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru.* Bakalářská práce. Plzeň. Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 52 s., 2014

Klíčová slova

Podnikatelský plán, společnost s ručením omezeným, soukromá mateřská škola, marketingová a obchodní strategie

Cílem této bakalářské práce je založení a fungování soukromé mateřské školy Slůně, s. r. o. v Plzni v Černicích. Hlavní část tvoří zpracovaný podnikatelský plán soukromé mateřské školy Slůně, s. r. o. v Plzni. Jeho součástí je podnikatelský záměr, plán personálního zabezpečení, analýza současné situace na trhu, marketingový plán, finanční plán, SWOT analýza. V poslední části je zhodnocen potencionální vývoj soukromé mateřské školy.

ABSTRACT

KASÍKOVÁ, Pavla. *Establishment of enterprice based on a specific business plan*. Bachelor thesis. Pilsen. Faculty of Economics, University of West Bohemia in Pilsen, 52 p., 2014.

Keywords

Business plan, Limited Company, private kindergarten, marketing and business strategy

The object of this bachelor´s thesis is the establishing and functioning of the private kindergarten Slůně, Ltd. in Pilsen, suburb Černice. The main part consists of the business plan for the private kindergarten Slůně, Ltd. in Pilsen. It includes a business plan, staffing plan, an analysis of the current market situation, marketing plan, financial plan, SWOT analysis. The last part evaluates the potential development of the private kindergarten.