

Podnikatelský plán na založení privátní praxe porodní asistentky ve městě Prostějov

Bc. Lucie Zatloukalová

Diplomová práce
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav managementu a marketingu

akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Lucie Zatloukalová**
Osobní číslo: **M15760**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management ve zdravotnictví**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Podnikatelský plán na založení privátní praxe porodní asistentky ve městě Prostějov**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- V systematickém přehledu charakterizujte podnikání ve zdravotnictví, kompetence porodní asistentky a podnikatelský plán.

II. Praktická část

- Analyzujte současnou situaci na trhu služeb těhotným ženám a možnosti předporodních kurzů ve městě Prostějov a okolí.
- Na základě výsledků analýzy vytvořte projekt podnikatelského plánu soukromé porodní asistentky v oblasti poradenské a edukační činnosti pro těhotné.
- Zhodnoťte projekt z hlediska jeho implementace do praxe.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

ČERVENÝ, R. et al. *Business plan*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2014, 211 s. ISBN 978-80-7400-511-4.
EXNER, L., RAITER, T. a STEJSKALOVÁ, D. *Strategický marketing zdravotnických zařízení*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2005, 188 s. ISBN 80-86419-73-8.
McKEEVER, Mike. *How to write a business plan*. 8 th edition. NOLO, 2007, 273 p. ISBN 978-4133-0562-3.
PETERKA, J., REZNÁKOVÁ, M. a KORÁB, V. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007, 216 s. ISBN 80-251-1605-0.
WESTWOOD, John. *How to write a marketing plan*. 3th edition. London: Kogan Page, 2006, 129 p. ISBN 978-0-7494-4554-6.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.**
Ústav managementu a marketingu
Datum zadání diplomové práce: **30. června 2016**
Termín odevzdání diplomové práce: **22. srpna 2016**

Ve Zlíně dne 30. června 2016



doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan



doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byla jsem seznámena s tím, že na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

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

Ve Zlíně

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce je zaměřena na problematiku podnikání v porodní asistenci a možnost založení samostatné výdělečné činnosti porodní asistentkou. Cílem práce je zpracování podnikatelského plánu na založení privátní praxe porodní asistentky ve městě Prostějov, která bude těhotným poskytovat edukační a poradenskou činnost. Základním problémem bylo vyjasnění, za jakých podmínek může porodní asistentka podnikat a co všechno je nutné k založení podnikání v tomto oboru. V práci je provedena analýza současné situace na trhu služeb těhotným ve městě Prostějov a okolí pomocí vnějších analýz. Na základě teoretických poznatků a výstupů z analytické části je zpracován podnikatelský plán na založení privátní praxe porodní asistentkou. Podnikatelský plán je na závěr zhodnocen z hlediska jeho implementace do praxe. Výsledky této práce umožní rozšíření služeb v oblasti předporodních kurzů pro těhotné v Olomouckém kraji.

Klíčová slova: podnikatelský plán, marketingový plán, analýza, porodní asistentka, předporodní kurzy, edukace, těhotenství

ABSTRACT

The Master thesis is focused on business in midwifery and on the possibility of establishing self-employment midwife. Objective of this work is to elaborate a business plan for a private midwifery practice in Prostějov, which will provide pregnant educational and consulting services. The basic problem was to clarify the conditions under which a midwife can take and what is needed to establish a business. The work is an analysis of the current situation of services for pregnant women in Prostějov and around by external analysis. On the basis of theoretical knowledge and outputs from the analytical part is making a business plan for the establishment of private practice midwife. The business plan is finally evaluated in terms of its implementation in practice. The results of this work will allow the expansion of services in antenatal classes for pregnant women in the Olomouc region.

Keywords: business plan, marketing plan, analysis, midwife, prenatal classes, education, pregnancy

Ráda bych poděkovala doc. Ing. Pavle Staňkové, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady, připomínky a čas, který mi poskytla při zpracování mé diplomové práce.

Velké poděkování patří mé rodině, manželovi, synovi a přátelům za podporu po celou dobu studia.

Motto: „Z ničeho se nedá dělat věda, ani z vědy ne, natož pak ze života.“

Jan Werich

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	11
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 PODNIKATELSKÝ PLÁN	14
1.1 PRVNÍ ÚVAHY O ZALOŽENÍ PODNIKÁNÍ.....	15
1.2 STRUKTURA A FORMULCE PODNIKATELSKÉHO PLÁNU.....	16
1.2.1 Titulní strana	17
1.2.2 Exekutivní souhrn	17
1.2.3 Popis podniku a jeho cíle	17
1.2.3.1 Analýza interního prostředí firmy pro podnikatelský plán.....	19
1.2.4 Popis externího prostředí.....	19
1.2.4.1 Analýza externího prostředí pro podnikatelský plán	19
1.2.5 Shrnutí dílčích analýz podnikatelského plánu – SWOT analýza	21
1.2.6 Marketingový plán	22
1.2.7 Finanční plán.....	23
1.2.8 Organizační a personální plán.....	24
1.2.9 Hodnocení rizik.....	24
1.2.10 Závěr	24
1.3 DRUHY PODNIKATELSKÉHO PLÁNU PODLE ÚČELU VYUŽITÍ	24
2 ZALOŽENÍ PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI	25
2.1 ŽIVNOST.....	25
2.1.1 Dělení živností	25
2.1.2 Registrace.....	26
2.1.3 Definice SVČ	26
2.2 OBCHODNÍ KORPORACE A JEJÍ ZALOŽENÍ.....	27
2.3 KRITÉRIA PŘI VOLBĚ PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ	28
2.4 CÍLE PODNIKÁNÍ.....	29
3 PORODNÍ ASISTENCE A MOŽNOSTI PODNIKÁNÍ V OBORU	30
3.1 POSKYTOVÁNÍ ZDRAVOTNÍ PÉČE	30
3.1.1 Systém zdravotní péče v ČR	31
3.1.2 Charakteristika prenatální péče	31
3.2 ORGANIZACE VEDENÍ KURZŮ PSYCHOFYZICKÉ PŘÍPRAVY NA POROD	31
3.3 ETICKÁ VÝCHODISKA PROFESE.....	32
3.3.1 Empatie v profesi porodní asistentky	33
3.4 ZÍSKÁNÍ ODBORNÉ ZPŮSOBILOSTI K PROFESI PORODNÍ ASISTENTKY.....	34
3.4.1 Odborná způsobilost porodní asistentky	34
3.4.2 Kompetence porodní asistentky	35
3.4.3 Možnost uplatnění privátní porodní asistentky	35
4 ZÁVĚREČNÉ SHRUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI	37
II PRAKTICKÁ ČÁST	38
5 ZPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	39

5.1	TITULNÍ STRANA	39
5.2	EXEKUTIVNÍ SOUHRN	39
5.3	ANALÝZA VNITŘNÍHO PROSTŘEDÍ.....	40
5.4	ANALÝZA TRHU A ODVĚTVÍ.....	40
5.4.1	Analýza vnějšího makroprostředí – SLEPT analýza	40
5.4.2	Analýza vnějšího mikroprostředí – Porterova analýza	49
5.5	ZHODNOCENÍ POMOCÍ OT ANALÝZY	57
5.6	MARKETINGOVÝ PLÁN	59
5.6.1	Poslání, vize, cíle.....	59
5.6.2	Segmentace trhu a cílová skupina	60
5.6.3	Návrh marketingového mixu.....	61
5.7	FINANČNÍ PLÁN	70
5.7.1	Zdroje financování	70
5.7.2	Vstupní náklady	71
5.7.3	Mzdové náklady	72
5.7.4	Provozní náklady.....	73
5.7.5	Výnosy	73
5.7.6	Cash-flow	75
5.8	ORGANIZAČNÍ A PERSONÁLNÍ PLÁN.....	77
6	RIZIKOVÁ ANALÝZA.....	81
7	ČASOVÁ ANALÝZA	83
7.1	FÁZE PŘÍPRAVY	83
7.2	FÁZE REALIZACE	84
7.3	FÁZE VYHODNOCENÍ	85
8	KONTROLA IMPLEMENTACE PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	86
	ZÁVĚR	88
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	90
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	93
	SEZNAM TABULEK.....	94
	SEZNAM OBRÁZKŮ	95
	SEZNAM GRAFŮ	96

ÚVOD

Podnikání ve zdravotnictví má již dlouhou tradici, otevírá se spousta nových zdravotnických zařízení soukromého charakteru a další se budují. Soukromý sektor je určitým způsobem propojený s větším obnosem financí a s ní související kvalitou, kterou platící zákazník požaduje a očekává. Poskytovatelé soukromých služeb ve zdravotnictví nepřemýšlí jen nad tím, co je teď, a zda je to dostačující. Je potřeba myslet na rozvoj podnikání do budoucna a těžit ze zkušeností, které doposud máme, abychom si uvědomili, kterým směrem se vydat a na co se zaměřit. Zdravotnictví je oblast, kde se neustále objevují nové metody a přístupy, jelikož i zde se klade důraz na rychlost a zejména kvalitu.

Porodnictví má oproti všem lékařským oborům, ale nevýhodu. Čím rychlejší průběh porodu personál způsobí, o to méně kvalitní výsledek to v některých případech může mít. Ačkoli jsou porodní asistentky vzdělávány na vysokých školách a absolvují v rámci celoživotního vzdělávání různé přednášky a kurzy a mají poměrně široké kompetence, není jim vždy umožněno se v jejich práci prosadit. Problémem je, že přirozený přístup k porodu zůstává opomíjen ve snaze porod mnohdy urychlit a pokud možno použít nějakou medikaci předepsanou lékařem. Zásahy do přirozeného průběhu porodu jsou časté a mnohdy nezvratné. Předporodní příprava žen a dostatečná informovanost může pozitivně ovlivnit samotný průběh porodu. Psychická a fyzická příprava pod vedením zkušené porodní asistentky může ženu připravit na porod a minimalizovat některá negativa s ním spojená.

Prenatální péče je v ČR na velmi vysoké úrovni, což dokládají i čísla o úmrtnosti novorozenců, ale i matek při porodu. Dostupnost prenatální péče je velmi vysoká díky široké síti porodnic a perinatologických center. Význam prenatální péče zvyšuje pravděpodobnost fyziologického průběhu těhotenství a celkově se zlepšuje efektivita v péči o těhotné. Otázkou zůstává, jaká je kvalita pro konkrétní ženu? Jsou ženy spokojené s průběhem vyšetření v době těhotenství, dostávají dostatek informací? Kdo se zajímá o jejich psychický stav? Kolik žen si odnáší z porodnice mimo své vytoužené miminko i trauma, které musela prodělat kvůli porodu? Jaká je vlastně kvalita prenatální péče z hlediska vlivu na psychiku těhotné ženy?

Práce reaguje na aktuální problematiku v oboru porodní asistence. V mnohých evropských zemích je podíl porodní asistentky v privátní péči o těhotnou ženu mnohem vyšší, než je tomu v ČR. Kompetence porodních asistentek jsou poměrně široké, a pokud se někdo

rozhodne pro samostatnou činnost v tomto oboru, může vykonávat plnohodnotnou a kvalifikovanou práci i bez odborného dohledu lékařem. Složitá legislativa a v ní zakotvené omezení pro činnost privátních porodních asistentek je často důvodem, proč mnoho z nich nechce komplikované martyrium, zejména s úřady, podstoupit.

Práce poukazuje na možnost podnikání v oboru porodní asistence a zároveň slouží, jako návod pro nové porodní asistentky, které se rozhodnou jít vlastní cestou. Je důležité, aby tato profese nebyla vykonávána jen v nemocničním prostředí, ale aby těhotné ženy měly možnost se setkávat se zkušenými porodními asistentkami, které jim v rámci předporodní přípravy pomohou pochopit jejich novou roli, zmírnit fyzické projevy těhotenství spojené s bolestí a celkově připraví na novou etapu života.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem práce je posouzení možnosti založení samostatné výdělečné činnosti ve zdravotnictví, konkrétně v oboru porodní asistence a zhodnocení možnosti výdělku v této oblasti podnikání.

Hlavními cíli teoretické části jsou:

- pomocí dostupných zdrojů vyhledat poznatky a informace vztahující se k tvorbě podnikatelského plánu, základům podnikání a kompetencím porodní asistentky v rámci předporodních kurzů,
- vymezit důležité pojmy týkající se uvedených témat a zpracovat je.

Pro zpracování teoretické části je použita metoda literární rešerše a dedukce. Dále jsou použita data a informace uvedené na webových stránkách ÚZIS, ČSÚ a databáze zákonů ČR.

Praktická část práce má tyto cíle:

- v rámci podnikatelského plánu analyzovat současný stav na trhu služeb těhotným ženám ve městě Prostějov a okolí pomocí vnějších analýz prostředí,
- zpracovat marketingový, finanční a organizační plán nově vznikajícího podnikání,
- provést rizikovou a časovou analýzu,
- závěrem zhodnotit podnikatelský plán z hlediska jeho implementace do praxe.

Analýza makroprostředí je provedena pomocí SLEPT analýzy a pro analýzu vnějšího prostředí je použita Porterova analýza pěti konkurenčních sil. Po provedení analýzy vnějšího prostředí je koncipována souhrnná OT analýza příležitostí a hrozeb. Na základě výsledků provedených analýz a zpracovaných plánů bude navržený podnikatelský záměr podroben časové analýze a bude provedeno vyhodnocení rizik podnikatelského plánu.

Závěr práce popisuje hodnocení podniku v jeho konkurenčním prostředí a reálnost vytvoření zisku za daných podmínek. Pro udržení podnikání v daném oboru je nastíněna možná strategie do budoucna.

Předpokládám, že nabídka předporodních kurzů ve městě Prostějov je malá a možnost otevření kurzu pro těhotné by uvítali mnozí zájemci. Nárůst požadavků rodiček a uvědomování si důležitosti přípravy na porod, jsou hlavními důvody, které slouží jako podklad pro založení předporodních kurzů.

Uvedení podnikatelského plánu v reálnou podobu, lze očekávat v lednu následujícího roku 2017. V případě dostatečného zájmu budou probíhat pravidelné kurzy na témata týkající se těhotenství, porodu, šestinedělí a péče o miminko.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podle Srpové (2010, s. 19) je smyslem podnikání vytvoření něčeho navíc, nové přidané hodnoty, která může mít finanční nebo nefinanční formu. Děje se tak aplikací podnikavého přístupu v profesi podnikatel, jehož sociální status je do určité míry legislativně vymezen.

Občanský zákoník č. 89/2012 Sb. definuje podnikatele takto:

„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“

Mezi identifikaci základních rolí podnikatele podle Srpové (2010, s. 19) patří vlastník, správce, ekonom, lídr, výrobce, nákupce a prodejce. Každá role má žádoucí funkci a podle toho lze formulovat profesní nároky na její výkon, tím je myšlena zejména kvalifikace a odbornost v daném oboru.

Jak uvádí Koráb (2008, s. 43), při rozhodování každého podnikatele, kdy a proč založit své první podnikání, existuje mnoho možností a variant. První podnik založen v jakékoliv formě podnikání má vždy svoje specifické charakteristiky a zvláštnosti z pohledu plánování. Podnikatelský plán zakládání živnosti či společnosti může být kopií něčeho již existujícího, ale je na každém podnikateli jakým způsobem bude daný plán realizovat a kolik úsilí do realizace vloží.

Dva podnikatelé ve stejném oboru nikdy nemusí dosáhnout stejného výsledku, každý má a čerpá ze svých zkušeností a umí se prosadit jiným způsobem. Důležitou roli hraje osobnost podnikatele, jelikož on samotný je centrální postavou při strategickém řízení. Když chce být podnikatel úspěšný, nejen, že musí schopný a tvořivý, ale také musí své představy lidem kolem sebe zprostředkovat. Musí umět přesvědčit a dosáhnout toho, aby ho při realizaci představ následovali.

Dobrý podnikatelský nápad, promyšlená taktika, dostatečné zdroje financování – to vše je předpokladem toho, že podnikání může na trhu uspět. Podle Srpové (2011, s. 35) je však rozhodujícím prvkem kvalita týmu, který projekt bude realizovat. Jak dále uvádí, výborný tým uspěje i s průměrným atraktivním podnikatelským plánem, špatný tým s vysokou pravděpodobností zničí i vynikající projekt.

1.1 První úvahy o založení podnikání

Každá firma byla zakládána a existuje proto, aby naplňovala určité poslání, jedná se zejména o výrobu konkrétních výrobků nebo poskytování služeb zákazníkům. Dále Červený (2014, s. 14) uvádí, že poslání firmy by mělo být totožné se základními představami těch, kdo firmu zakládají. Zakladatelé by měli mít přesnou představu o tom, co bude předmětem podnikání, jací budou zákazníci a jakými výrobky či službami bude firma uspokojovat potřeby těchto zákazníků.

McKeever (2007, s. 33) popisuje, že identifikace a nalezení nejvhodnější formy podnikání není jednoduchá. Problém vidí zejména v tom, že lidé mění svůj vkus a neustále ho měnit budou a o to těžší je předpověď toho, co bude populární za několik let. Je důležité dívat se do budoucnosti a ptát se svých zákazníků na jejich představy a dojmy, jelikož z těch se dá těžit nejvíce.

At jsou úvahy a motivace k založení podniku jakékoliv, budou serióznější úvahy od samého počátku propojeny s čísly, teda s penězi. Ve fázi prvotních úvah není potřeba disponovat velkými znalostmi z oblasti financí, mělo by postačit zvládnutí finančních základů. Na počátku jde hlavně o selský rozum už proto, že konkrétní čísla budou odvozována především z intuice a odhadů. Jakmile začne zakladatel pomýšlet nad svým podnikatelským plánem, měl by si vytvářet a zaznamenávat úvahy, nápady, čísla do nějaké strukturované podoby. Dokumentování informací do struktury podnikatelského plánu od samého začátku zabere sice nějaký čas zdánlivě navíc, avšak reálně se projeví spíše úsporou času do budoucna, jak uvádí Koráb (2008, s. 44).

Reálný podnikatelský plán považuje Srpová (2010, s. 144) mnohdy klíčem k podnikatelskému úspěchu. Jedná se o dokument, který by měl popisovat:

- a) v jaké fázi se firma nachází,
- b) kam chce z dlouhodobějšího hlediska směřovat,
- c) cesty, kterými se chce ubírat.

1.2 Struktura a formulce podnikatelského plánu

Návrh podnikatelského plánu by měl obsahovat popis budoucího stavu, kterého chce podnikatel dosáhnout. Tento stav lze vyjádřit pomocí strategických cílů a popisu cesty, jímž budeš stavu dosaženo. Všechna definované strategické cíle by měly splňovat podmínky SMART (viz Podkapitola 1.2.3). Strategické cíle měly být stimulující, měřitelné, akceptovatelné, realistické a časově vymezené.

Koráb (2008, s. 72) ve své publikaci zmiňuje, že informace a výsledky analýzy je potřeba precizovat zápisem do vhodné podoby plánu. Právě zápis či popis myšlenek a záměru umožní nápady zpřesňovat a dotahovat.

Podle Srpové (2010, s. 56) sestavení podnikatelského plánu pomůže lépe odhalit slabiny a silné stránky podnikatelského nápadu. Umožní předejít riziku možného neúspěchu hned na počátku života firmy. Podnikatel by měl přesně vymezit okruh výrobků a služeb, které chce firma nabízet. Dále by se měl zaměřit na vymezení trhu a potencionálních zákazníků a zároveň si zmapovat konkurenci v odvětví, ve kterém chce začít podnikat. Podnikatelský plán by měl obsahovat podrobný finanční plán, protože mnohým podnikatelům často nechybí nápady, ale finance.

Důležitá je srozumitelnost celého podnikatelského plánu, i někdo, kdo daný obor podnikání nezná zcela přesně, by měl rychle pochopit jaká je podnikatelská myšlenka, jak ve své publikaci uvádí Srpová (2011, s. 144).

Obsah podnikatelského plánu není závazně stanoven. Strukturu a obsah si určuje každý podnikatel sám. Následující struktura podnikatelského plánu pro zakládání nového podniku může mít podle Korába (2008, s. 73) tuto podobu:

1. Titulní strana – obsahuje úvod plánu
2. Exekutivní souhrn – miniverze podnikatelského plánu
3. Popis podniku – výchozí podmínky, strategie, cíle
4. Popis externího prostředí – makropodmínky, trh, konkurence
5. Souhrnná analýza – shrnutí vnitřních a vnějších podmínek firmy
6. Marketingový plán – cíle, marketingové strategie
7. Finanční plán – výnosy, fondy
8. Organizační a personální plán – organizace, pracovníci, management
9. Hodnocení rizik – limitující a kritické faktory

10. Závěr

1.2.1 Titulní strana

Srpová (2011, s. 15) popisuje titulní stranu jako list, kde lze uvést obchodní název, logo firmy, název podnikatelského plánu, jméno autora a datum založení.

1.2.2 Exekutivní souhrn

Podle Korába (2008, s. 75) poskytuje exekutivní souhrn čtenáři stručné a důležité informace o podnikatelském záměru a charakteru podnikání, na čem stojí jeho cíle a kým bude realizován. Bývá finalizován a sepsán až po dokončení podnikatelského plánu. Exekutivní souhrn často rozhoduje o tom, zda se investor bude dalšími částmi plánu vůbec zabývat či jej odmítne. Píše-li si někdo podnikatelský plán pro vlastní potřebu, nebude role tohoto souhrnu zdaleka tak klíčová.

Červený (2015, s. 147) uvádí, že než je navržený podnikatelský plán uveden do praxe, je vhodné posoudit jeho celkovou kvalitu. Strategii lze posoudit ze tří hledisek:

- vhodnosti,
- přijatelnosti,
- uskutečnitelnosti.

1.2.3 Popis podniku a jeho cíle

Firma se snaží prostřednictvím své existence naplnit dlouhodobé cíle, které sleduje a kterých má být dosaženo pomocí dobře zvolené strategie. Ve strategii by cíle měly být vyjádřeny způsobem SMART, kde každé z písmenek vyjadřuje vlastnosti požadovaných cílů, jak uvádí Červený (2014, s. 16):

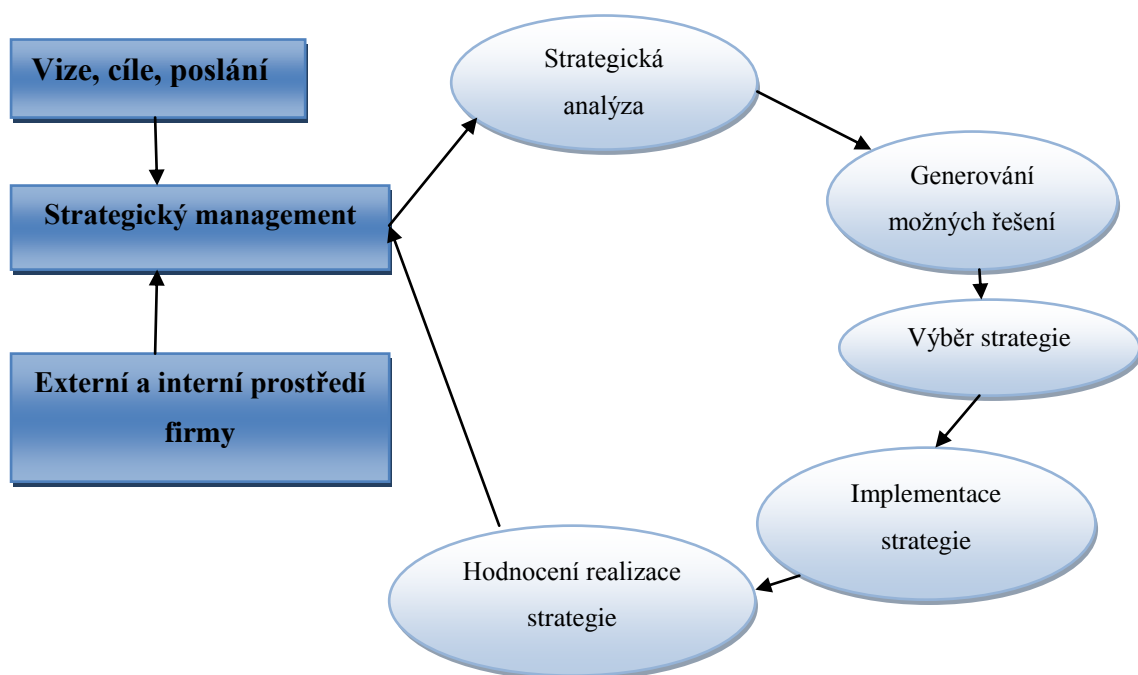
- *Stimulating* – stimulace k co nejlepšímu výsledku.
- *Measurable* – měřitelnost dosažení či nedosažení cíle.
- *Acceptable* – stanovené cíle by měly být akceptovatelné pro všechny stakeholders, tj. činitelé mající něco společného s firmou (vlastníci, zaměstnanci, dodavatelé, zákazníci, odbory a další).
- *Realistic* – reálné.

➤ *Timed* – časově určené.

Podle Součka (2006, s. 57) prvním krokem zpracování strategie je rozhodnutí podnikatele nebo managementu, že tyto práce budou zahájeny. Důležitou vlastností v tomto okamžiku je prozíravost, která by měla vést podnikatele k vědomí, že zařízení, které nemá strategii, se nemůže úspěšně rozvíjet. Ten, kdo se podílí na zpracování a implementaci strategie to musí pokládat za svůj nejdůležitější úkol a aktivně navrhopvat základní rozvojové záměry. Musí si být vědom, že na jeho úspěšnosti strategie závisí jeho další kariéra nebo pád. Rozvoji musí věnovat dostatek času a úsilí. Další podmínkou je přesvědčení, že práce na strategii jsou nezbytné, mají prioritu před vším ostatním a jsou základem ostatních aktivit. Bez pochopení specifických rysů strategických procesů a principů strategického myšlení nelze žádnou kvalifikovanou strategii zpracovat.

Červený (2014, s. 11, 18) do strategického řízení zahrnuje aktivity zaměřené na plánování a řízení dlouhodobého rozvoje firmy, na udržování souladu mezi cíli a disponibilními zdroji a také na soulad mezi firmou a prostředím, ve kterém firma existuje. Hlavním úkolem řízení je vytyčení správné strategie, realizace a následná kontrola. To vše, by mělo být formulováno i z hlediska časového. Časový horizont by měl být před formulací strategie řádně vymezen, jelikož strategie je právě formulována pro určité budoucí období. Je to důležité, jak z hlediska zpracování analýzy, tak návrhu strategie.

Obr. 1 Proces strategického řízení



(Zdroj: Červený, 2014, s. 13)

1.2.3.1 Analýza interního prostředí firmy pro podnikatelský plán

Interní analýza by při formulaci podnikatelského plánu měla být kritickým zhodnocením aspektů vnitřního prostředí, které mohou rozhodování o strategických cílech pro jednotlivé oblasti strategie ovlivňovat. Možnost jejího zpracování lze provést ve struktuře podle tzv. firemních faktorů, mezi ně uvádí Červený (2014, s. 106):

- faktory vědecko – technického rozvoje,
- faktory marketingové a distribuční,
- faktory výroby a řízení výroby,
- faktory finanční a rozpočtové,
- faktory podnikových a pracovních zdrojů.

Cílem interní analýzy je podle Srpové (2011, s. 167) odhalení silných a slabých stránek a nalezení vlastní konkurenční výhody. Je potřeba definovat a odhadnout rozsah našich zdrojů a specifických předností firmy. Základem specifických předností bývá majetek a schopnosti. Bez schopností nelze efektivně využít majetek a výsledek práce nebude nikdy takový, jak si jej podnikatel představuje.

1.2.4 Popis externího prostředí

Firma jako živý ekonomický organismus nemůže existovat osamoceně, jak popisuje Srpová (2011, s. 102), je obklopena prostředím, které na ni působí a ovlivňuje její chování. Firma by měla své vnější prostředí dobře znát, neboť tam na ni čekají příležitosti a možné hrozby. Podnikatel by měl analyzovat parametry prostředí, sledovat jejich vývojové trendy a snažit se je využít pro svůj další úspěšný rozvoj. Dále se firma musí zabývat svými konkurenty a musí se vůči nim umět prosadit na trhu.

1.2.4.1 Analýza externího prostředí pro podnikatelský plán

Podle Červeného (2014, s. 45) by měly být vnější analýzy zaměřeny na budoucí vývoj, posouzení vývojových trendů projevujících se v minulosti a současnosti ve vnějším prostředí se závěrem, zda se v budoucnu jedná pro firmu o příležitost či hrozbu.

SLEPT analýza – obecné okolí firmy, analýza makroprostředí

Za klíčové součásti makrookolí lze podle Srpové (2010, s. 131) označit faktory:

- **S** (Social) – společenské a demografické; jsou dány společností, její strukturou, sociální skladbou obyvatelstva, kulturními a společenskými zvyky,

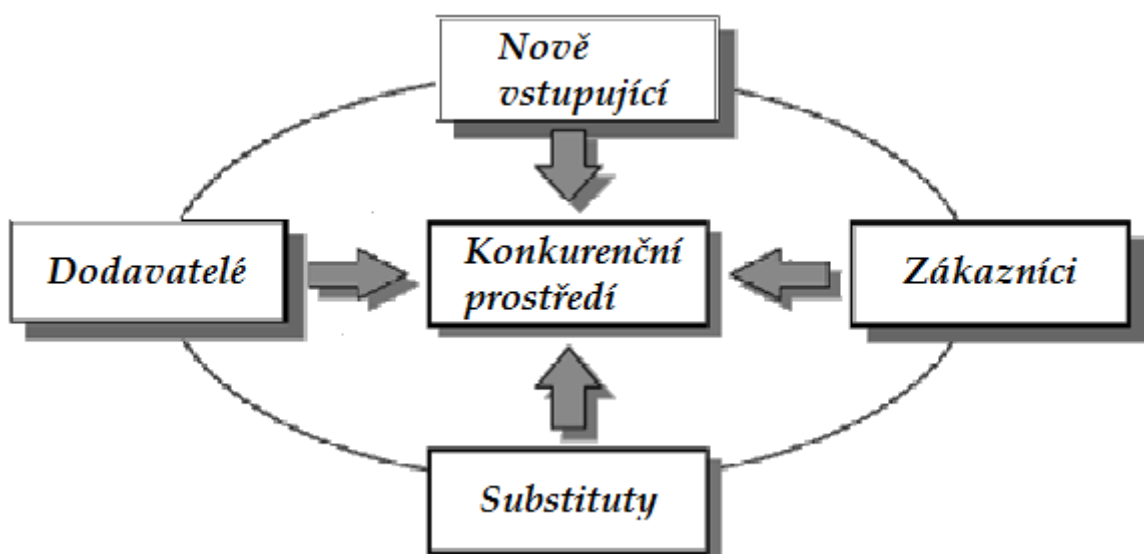
- **L** (Legal) – právní; vývoj právních norem týkajících se podnikání firmy,
- **E** (Economic) – ekonomické; vychází z ekonomické situace země a hospodářské politiky státu, tempo růstu ekonomiky, nezaměstnanost, inflace a další,
- **P** (Political) – politické; vývoj politické situace v zemi, jež ovlivňuje ekonomickou situaci a podmínky pro podnikání,
- **T** (Technological) – technologické; tyto faktory představují inovační potenciál země a tempo technologických změn.

Porterův model pěti sil – oborové okolí firmy, analýza mikroprostředí

V každém odvětví působí konkurenční síly, které jsou charakteristické pro daný druh podnikání. Porterova analýza slouží pro zmapování konkurenční pozice firmy v odvětví, v němž působí, pro nalezení hrozeb, které její pozici v odvětví mohou v budoucnu zhoršovat, a příležitostí, jejichž využití by naopak mohlo pozici firmy zlepšit, jak uvádí Červený (2014, s. 75).

Jak tvrdí ve své publikaci Srpová (2010, s. 131), cílem modelu je pochopit síly, které v tomto prostředí působí, a identifikovat, které z nich jsou pro firmu z hlediska budoucího vývoje nejvýznamnější a které budou ovlivněny strategickými rozhodnutími managementu. V daném odvětví působí pět konkurenčních sil, které vyplývají z *rivality mezi konkurenčními firmami*, z *hrozby substitučních výrobků*, z *hrozby vstupu nových konkurentů do odvětví*, z *vyjednávací pozice dodavatelů* a z *vyjednávací pozice kupujících*.

Obr. 2 Porterův model pěti sil (vlastní zpracování)



1.2.5 Shrnutí dílčích analýz podnikatelského plánu – SWOT analýza

Podstatou SWOT analýzy je podle Korába (2008, s. 48) identifikace faktorů a skutečností, které představují pro firmu silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby vyplývající z okolí a z interního prostředí.

Silné (Strengths) a slabé (Weakness) stránky – v podstatě se jedná o interní faktory, nad kterými máme určitou kontrolu, to znamená, že je můžeme samy ovlivňovat.

Příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats) – jedná se o externí vlivy, na které nemáme vliv. Na tyto vlivy lze pouze reagovat, přizpůsobit se jim.

Má-li SWOT analýza plnit v procesu tvorby strategie určitou roli, jak definuje Srpová (2010, s. 133), musí její aplikace směřovat nejen k identifikaci, nalezení a posouzení vlivů v současnosti, ale zejména předpověď vývojových trendů faktorů vnějšího okolí a vnitřní situace firmy a jejich vzájemných souvislostí.

Zásady při zpracování SWOT analýzy podle Červeného (2014, s. 136) jsou:

1. SWOT analýza by měla být zaměřena pouze na podstatná fakta a jevy.
2. Analýza by měla být zpracována pro účel, pro nějž je určena.
3. Měla by obsahovat pouze závěry, které se přímo týkají rozhodování o strategii.
4. Měly by do ní vstupovat pouze důvěryhodná a prověřená fakta.
5. Objektivnost. Analýza by neměla vyjadřovat subjektivní názory zpracovatele.

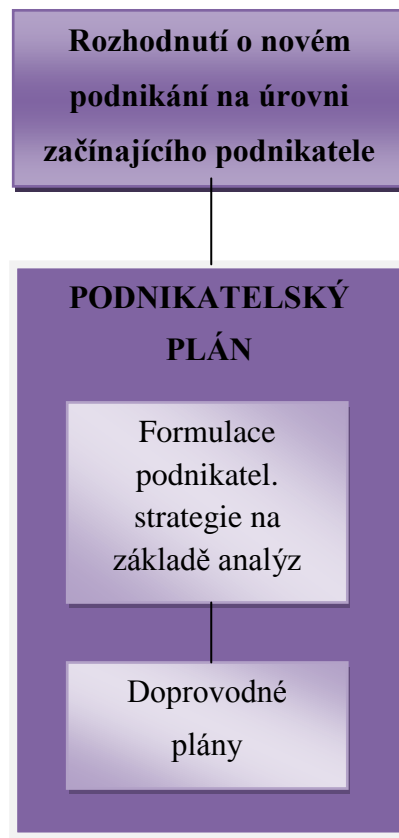
Dle Westwooda (2006, s. 32) SWOT analýza klade otázky, které umožní podnikateli rozhodnout se, zda podnik a produkt budou schopny splnit plán a jakým překážkám bude nutno čelit. Při zpracování SWOT analýzy se sepíší přednosti a slabiny, příležitosti a hrozby na jedné stránce. Počet položek v jednotlivých čtvercích je závislý na rozsahu plánu. Nejprve je potřeba provést SWOT analýzu svého podniku a poté totéž udělat, pokud jde o konkurenty, výrobky a tržní segmenty, na které se plán vztahuje.

Petrík (2005, s. 115) ve své publikaci popisuje následující postup při zpracování SWOT analýzy – nejprve se na základě analýzy vnitřních faktorů shromáždí všechny podstatné informace o firmě, ze kterých se určí firemní silné a slabé stránky. Mezi ně často patří spolehlivost, životnost, kvalita, design, cena, kvalifikační struktura pracovních sil atd. Po určení silných a slabých stránek se provádí druhá etapa, při které se pečlivě analyzují vnější podmínky a jejich možné dopady na činnost firmy.

Pro dobře naformulovanou strategii by mělo platit, že:

- odstraňuje všechny slabé stránky a eliminuje zjištěné hrozby,
- využívá všech silných stránek a příležitostí. (Červený, 2014, s. 145)

Obr. 3 Schématické znázornění podnikatelského plánu



(Zdroj: Červený, 2014, s. 11)

1.2.6 Marketingový plán

Úlohou marketingu je dle Srpové (2010, s. 189) získat a především udržet zákazníka. Jádrem marketingového přístupu je především znalost zákazníka. Firma si musí svého zákazníka nejprve získat tím, že mu připraví nabídku odpovídající jeho potřebám a že mu přinese očekávaný užitek. Ještě než začne firma vyrábět a prodávat, musí si zjistit, jestli budou mít zákazníci o její produkt zájem. Díky tomu může firma uspět na trhu a dosáhnout svých cílů. K tomu marketing využívá řadu nástrojů a postupů.

Marketing a následně i prodej mají velký vliv na budoucí úspěch firmy. Marketingová strategie řeší zejména:

- výběr cílového trhu, segmentace trhu,

- určení pozice produktu na daném trhu,
- volba marketingového mixu. (Srpková, 2011, s. 22)

Jak tvrdí ve své publikaci Červený (2014, s. 155), hlavním vstupem do zpracování marketingového plánu by měly být cíle vyjádřené v aspektech marketingového mixu 7P – *Product* (plánovaný objem prodejů daného výrobku), *Price* (cenová strategie), *Place* (místo prodeje), *Promotion* (cíle pro propagaci a distribuci výrobků), *Process* (cíle pro uspořádání procesů v marketingu), *Planning* (cíle pro organizaci a řízení marketingu) a *People* (cíle pro personální zajištění marketingu).

Využívání informačních technologií v marketingu

Na internetu lze nabídnout větší množství informací a přidání dodatečných informací prakticky nic nestojí. U klasického marketingu je tok informací jednosměrný, u on-line marketingu jsou aktivní i spotřebitelé, kteří aktivně vyhledávají informace na internetu. Reakce spotřebitelů může být okamžitá, zatímco u klasického marketingu mezi zhlédnutím reklamy a nákupem výrobku či služby je časová prodleva. Marketing na internetu šetří čas, peníze a zdroje. Nízké náklady umožňují, aby on-line marketing využívaly i malé a střední firmy, které si nemohou dovolit nabízet své výrobky spotřebitelům klasickým způsobem.

(Blažková, 2005, s. 32)

1.2.7 Finanční plán

Srpková (2011, s. 28) ve své publikaci zmiňuje, že finanční plán transformuje podnikatelský plán do finanční podoby. Prokazuje reálnost podnikatelského záměru z ekonomického hlediska. Výstupy finančního plánu tvoří plán nákladů, výnosů, peněžních toků, plánovaný výkaz zisku a ztráty, rozvaha, finanční analýza, výpočet bodu zvratu, hodnocení efektivnosti investic, plán financování aj.

Potřeba kapitálu je dána oborovým zaměřením firmy a objemem produkce. Při zakládání a dalším rozvoji firmy může podnikatel používat různé finanční zdroje. Z hlediska vlastnictví je lze členit na zdroje vlastní a cizí. K vlastním zdrojům financování patří vklady vlastníků, zisk a odpisy hmotného i nehmotného dlouhodobého majetku. K cizím zdrojům patří zejména úvěry, leasing, dluhopisy a další. (Veber, 2008, s. 106)

1.2.8 Organizační a personální plán

Realizace podnikatelského plánu je podmíněna existencí zdrojů, jako jsou lidé, zařízení finance, znalosti aj. Podle Červeného (2014, s. 155) je organizační a personální zajištění chodu firmy mnohdy nejdůležitějším krokem k úspěchu. Prvním krokem tohoto doprovodného plánu je formulace kvalifikačních požadavků na pracovníky firmy. Dále by měl podnikatel při plánování odhadnout, jaké personální kapacity bude potřebovat pro jednotlivé činnosti ve firmě.

1.2.9 Hodnocení rizik

Riziko v souvislosti s podnikatelským plánem znamená negativní odchylku od cíle a má nepříznivý dopad na firmu, jak uvádí Srpová (2011, s. 32). Každá riziková situace má své příčiny, proto je možné pomocí analýzy rizika dospět k návrhu preventivních opatření, jež pomohou snížit konkrétní významná rizika. Kromě nastínění pravděpodobnosti rizikové situace poslouží i pro přípravu opatření, která bude nutno realizovat v případě, že daná riziková situace nastane.

1.2.10 Závěr

Podnikatelský plán je ukončen závěrem a doporučením, které mohou do budoucna přispět k rozvoji podnikání. Dále je popsáno shrnutí, proč je vhodné daný podnikatelský plán zrealizovat a v čem vidí budoucí podnikatel přínos podnikání v daném oboru.

1.3 Druhy podnikatelského plánu podle účelu využití

Podle Červeného (2014, s. 8) je další důležitým hlediskem členění účel a motiv, pro které je podnikatelský plán sestavován. První situace je zpracování pro existující firmu nebo začínajícího podnikatele. Zde je hlavním motivem, realizace nového podnikání a jeho důkladná příprava. Druhou situací může být získání nového partnera pro stávající podnikání a posledním motivem pro tvorbu podnikatelského plánu je získání potřebných investic a finančních prostředků od banky.

2 ZALOŽENÍ PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI

Při zahájení podnikání, je nutné, abychom si zvolili vhodný typ právní formy a seznámili se základní legislativou, která souvisí s podnikáním. Obecný právní rámec při zakládání podnikání je dán zákony:

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů, určuje podmínky podnikání subjektů, provozujících svou činnost na základě živnostenského oprávnění. Vymezuje pojem „živnost“ a stanovuje podmínky pro její získání.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, je základním předpisem soukromého práva. Upravuje majetkové vztahy právnických a fyzických osob, vztahy mezi těmito osobami a státem.

Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích, se věnuje, zákonné úpravě obchodních společností, a to, veřejné obchodní společnosti, komanditní společnosti, společnosti s ručením omezeným akciové společnosti a družstev.

Mezi další právní normy upravující podnikání patří legislativa účetní a daňová, legislativa zabývající se pracovním právem a ostatní relevantní legislativa.

2.1 Živnost

Obecným právním předpisem, který v ČR upravuje základní podmínky fyzických a právnických osob, je výše uvedený zákon o živnostenském podnikání 455/1991 Sb., kde je popsána definice živnosti: *„Živnost je soustavná činnost provozována samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“*

2.1.1 Dělení živností

Ohlašovací živnosti vznikají a jsou provozovány na základě ohlášení. Tyto živnosti jsou osvědčeny výpisem ze živnostenského rejstříku. Podle požadavků na odbornou způsobilost se dělí:

- řemeslné - pro provozování je podmínkou výuční list nebo maturita v oboru, diplom v oboru, uznání odborné kvalifikace,
- vázané - pro provozování je podmínkou prokázání odborné způsobilosti, kterou stanovuje příloha živnostenského zákona,
- volné - pro získání nepotřebuje podnikatel žádnou odbornou způsobilost.

(Česko, 1991, s. 10)

Koncesované živnosti vznikají a jsou provozovány na základě správního rozhodnutí. Kromě splnění odborné způsobilosti je podmínkou získání koncese i kladné vyjádření příslušného orgánu státní správy. Patří zde například provozování pohřební služby, cestovní kanceláře, taxislužba aj. (Srpková, 2010, s. 67)

2.1.2 Registrace

Živnost může provozovat fyzická nebo právnická osoba, splní-li zákonem stanovené podmínky, uvádí Veber (2008, s. 85). Hlášení o zahájení podnikatelské činnosti je nutné provést na příslušném živnostenském úřadě podle bydliště fyzické osoby nebo podle sídla u právnické osoby. Za vydání živnostenského oprávnění se platí správní poplatek a provádí se vyplněním registračního formuláře. Po zahájení podnikatelské činnosti se musí podnikatel – fyzická osoba zaregistrovat u správce daně na finančním úřadě jako poplatník z příjmů fyzických osob a jiných daní, u správy sociálního zabezpečení a oznámit změnu své zdravotní pojišťovně. Právnická osoba se musí zaregistrovat u správce daně z příjmů právnických osob a jiných daní, případně u správy sociálního zabezpečení a dalších institucí. Všechny podnikatelské subjekty jsou povinny vystupovat pod svou obchodní firmou, jsou-li zapsány do obchodního rejstříku. Fyzické osoby nezapsané do obchodního rejstříku jednají pod svým jménem a příjmením.

2.1.3 Definice SVČ

Za osobu samostatně výdělečně činnou se dle zákona č. 155/ 1995 Sb., o důchodovém pojištění, ve znění pozdějších předpisů, považuje osoba, která:

- vykonává samostatnou výdělečnou činnost,
- spolupracuje při výkonu samostatné výdělečné činnosti, pokud podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů, lze na ni rozdělovat příjmy dosažené výkonem této činnosti a výdaje vynaložené na jejich dosažení, zajištění a udržení,
- ukončila povinnou školní docházku a dosáhla aspoň 15 let věku.

(ČSSZ, © 2016)

2.2 Obchodní korporace a její založení

Obchodními korporacemi jsou obchodní společnosti a družstva. Obchodní společnosti se dělí na osobní společnost a kapitálovou společnost.

Osobní společnost zahrnuje veřejnou obchodní společnost a komanditní společnost. Osobní společnost může být založena za účelem podnikání nebo za účelem správy vlastního majetku a zakládá se společenskou smlouvou.

Kapitálové společnosti jsou společnost s ručením omezeným a akciová společnost. Kapitálové společnosti se zakládají společenskou smlouvou, která vyžaduje formu veřejné listiny. Může být založena jediným zakladatelem.

Družstva jsou družstvo. Společenská smlouva, kterou se zakládá družstvo, se uzavírá přijetím ustavující schůzí.

(Česko, 2012, s. 2)

Obr. 4 Znárodnění právních forem podnikání



(Zdroj: vlastní zpracování)

2.3 Kritéria při volbě právní formy podnikání

Existuje celá řada kritérií, podle nichž lze právní formu volit, od všeobecných po specifická podle druhu činnosti, kterým se chce podnikatel věnovat. Při počátečních úvahách je potřeba zvážit i níže uvedené skutečnosti, které popisuje Veber (2008, s. 75):

- počet osob potřebných k založení – samostatné podnikání nebo podnikání se společníky,
- právní regulace daného typu právní formy podnikání,
- ručení podnikatele za všechny závazky vzniklé podnikatelskou činností,
- složitost založení – formální záležitosti, výdaje při založení,
- rozsah plánovaných podnikatelských aktivit,
- míru zdanění vytvořeného zisku – dan z příjmů fyzických osob, z příjmů právnických osob,
- flexibilitu právní formy a obtížnost případné změny na jiný typ, dále povinnosti při přerušení či ukončení činnosti podnikatelského subjektu.

2.4 Cíle podnikání

Založení firmy může mít různé důvody, od snahy o seberealizaci přes uspokojení určité potřeby až po uplatnění vědeckého pokroku, jak uvádí Srpová (2010, s. 23). Zisk jako ekonomický cíl podnikání patří mezi základní požadavky na definici podnikových cílů, je to obraz všech činností probíhajících v podniku. Dosahování zisku je především ovlivněno mírou uspokojení potřeb zákazníků, kteří se najdou na trhu v dostatečném počtu a ochotou zaplatit adekvátní cenu. V mnohých případech je schopnost generovat zisk podmíněna i dovednostmi zaměstnanců, schopností zdrojů nebo také infrastrukturou země. To vše je předpokladem, že zákazník dostane kvalitní produkt, vyrobený kvalifikovanými pracovníky při využití nejnovějších poznatků. Dalším cílem podniku je jeho tržní hodnota, ta představuje cenu, za kterou by bylo možné podnik prodat. Určení této hodnoty se provádí zejména u větších firem a to pomocí akcií obchodovaných na kapitálových trzích. Tržní hodnota podniku není dána jen součtem vlastněného majetku, ale podnik představuje funkční celek, který je tvořený činnostmi a dovednostmi zaměstnanců a který dlouhodobě přináší užitek vlastníkům firmy.

3 PORODNÍ ASISTENCE A MOŽNOSTI PODNIKÁNÍ V OBORU

Osoba, která chce podnikat ve zdravotnictví, musí mít zvláštní oprávnění a je pod státním dohledem. U podnikání ve zdravotnictví je významný veřejnoprávní aspekt – život, zdraví a jeho ochrana jsou chráněné hodnoty, a to je potřeba si uvědomit. Způsobilost k samostatnému výkonu zdravotnického povolání zahrnuje – odbornou způsobilost, zdravotní způsobilost a bezúhonnost. Personální zajištění musí odpovídat oborům, druhu a formě poskytovaných zdravotní péče.

3.1 Poskytování zdravotní péče

Zdravotnická zařízení mají jiný předmět činnosti než ostatní instituce, jak uvádí Souček (2006, s. 21). Předmětem činnosti zdravotnických zařízení je především uzdravování nemocných lidí a uchování tohoto zdraví. Jde nepochybně o činnosti vysoce významné, protože zdraví je pravděpodobně to nejcennější, co člověk má. Jde o činnosti vysoce odborně náročné. Nelze jakkoli snižovat význam a náročnost práce zdravotnických pracovníků. Koneckonců všichni jsme potencionálními pacienty a všem nám záleží na tom, aby nám byly poskytnuty co nejkvalitnější zdravotnické služby. Formy a metody řízení zdravotnických zařízení se ve většině rysů velmi podobají nebo jsou dokonce zcela stejné jako ve firmách, zabývajících se jinými činnostmi. V jakékoliv firmě musí být výnosy vyšší nebo minimálně stejné jako náklady, příjmy a výdaje musí být v rovnováze.

Právo na zdraví a bezplatnou zdravotní péči má každý dle Ústavy ČR. Toto právo zabezpečuje systém veřejného zdravotnictví, který se zakládá na principech solidarity, rovnosti a ekonomické dostupnosti. Zdravotnická péče je tedy dostupná každému občanovi České republiky, který splňuje povinnost platby pojistného a ten z ní pak může čerpat v případě potřeby, bez ohledu na pohlaví, věk či jeho finanční možnosti. Rozsah zdravotní péče je nasmlouván mezi zdravotními pojišťovnami a poskytovateli zdravotní péče.

Podle Součka (2006, s. 31) dříve převládala představa, že stále bohatnoucí společnost bude moci dále rozvíjet zdravotnictví právě na principu stálého posilování principu solidarity a že stále více zdravotnické péče bude možné poskytovat všem občanům zdarma. Evropská ekonomika ve vyspělých státech však stagnuje a zdroje nejsou vytvářeny v takové míře, jako se očekávalo a to se odráží právě i ve zdravotnictví. Mění se i sociální struktura Evropy, kdy se složení obyvatelstva více polarizuje a vytváří se úzká vrstva velmi

bohatých obyvatel, kteří požadují jiný druh péče než ostatní, průměrní občané. Dalším ukazatelem je narůstající počet seniorů, změny v rasové a národnostní struktuře. Zejména v některých státech Evropy značnou část obyvatelstva tvoří občané neevropského původu, a jak můžeme dnes vidět, počet takových obyvatel zřejmě i v ČR nadále poroste. Mění se přístupy pojišťoven a přístup lidí ke svému zdravotnímu pojištění, díky nabídce celé škály pojištění, má každý možnost si jej přizpůsobit přesně podle toho co potřebuje.

3.1.1 Systém zdravotní péče v ČR

Struktura zdravotnických institucí v ČR je různorodá, jak uvádí Zlámal (2006, s.13). Všechny instituce nejsou vybudovány na podnikatelském principu, jako je tomu převážně u soukromých ambulantních zařízení. Součástí organizační struktury českého zdravotnictví jsou nemocnice, odborné léčebné ústavy, samostatné ambulance, lékárny, hygienické stanice, lázně, střediska záchranné služby a zařízení poskytující domácí péči. Z dlouhodobého hlediska počet nemocnic klesá a snižuje se i počet lůžek v jednotlivých nemocnicích. Výrazný nárůst je u samostatných ambulancí privátních lékařů, lékáren a také zařízení pro domácí péči.

3.1.2 Charakteristika prenatální péče

Pomoc těhotné ženě při udržování a podpoře jejího zdraví s cílem fyziologického průběhu těhotenství a správného vývoje plodu, je hlavní charakteristikou prenatální péče. Bašková (2015, s. 17) dále uvádí, že prenatální péče by se měla zabývat nejen zdravotní stránkou, ale i výchovnou a vzdělávat tak budoucí rodiče a ostatní členy rodiny, aby jim pomohla v adaptaci na novou roli v rodičovství.

3.2 Organizace vedení kurzů psychofyzické přípravy na porod

Podle Baškové (2015, s. 36) je porod a poporodní období pro ženu i jejího partnera náročná životní situace. Psychofyzická příprava na porod by měla být součástí prenatální péče, aby ženy mohly získat, co nejvíce informací, vědomostí a praktických návyků pro lepší zvládnutí těhotenství, porodu, šestinedělí a péči o novorozence. Předporodní příprava

přispívá ke snižování či odbourávání negativních emocí. Zlepšuje fyzickou a psychickou kondici, napomáhá uvolnění, zmírňuje napětí, ale také redukuje vznik závažných komplikací. Kurzy psychofyzické přípravy jsou organizovány nemocnicemi, mateřskými centry nebo porodními asistentkami se samostatnou zdravotnickou praxí. Porodní asistentka pracuje se skupinou těhotných žen a případně i s jejich partnery, jejichž úkolem je podpora ženy při porodu, dodávání odvahy, spoluvytváření pohody, klid a pocitu bezpečí.

Psychická příprava je zaměřená na zvyšování informovanosti a tím zvyšování sebedůvěry těhotných, jak uvádí Bašková (2015, s. 37). Porodní asistentka by měla poskytovat odborné a aktuální informace a zároveň by měla dát prostor pro diskusi. Hlavním cílem je zmírnit úzkost a strach z nejistoty, které čelí každá žena v těhotenství. *Fyzická příprava* rozvíjí fyzickou připravenost organismu těhotné zvládnout zátěžové situace. Příprava probíhá formou cíleného svalového tréninku a relaxačních technik. Praktickým tréninkem odlehčovacích poloh, relaxačních a jiných technik pro zmírnění bolesti se těhotné učí pochopit a akceptovat porodní bolest jako součást porodního děje.

Průběh porodu je nepředvídatelný, což ztěžuje úkol účinně ženu připravit na typ a sílu bolesti, kterou při něm zažije. Učení o tom, jak zvládat bolest, může být pro ženu spojeno s vyšší pravděpodobností, jak pozitivně prožít porod, uvádí Mander (2014, s. 104).

3.3 Etická východiska profese

V publikaci od Kutnohorské (2011, s. 11) je uvedena charakteristika člověka pracujícího ve zdravotně sociálních službách. Podle ní tento pracovník musí být člověk, který je schopen reflektovat skutečnost, že může dávat, když ví, že má co nabídnout. Pomocí sebeuvědomění a sebezpozorování lze lépe realizovat jednání s druhými lidmi a určovat si směr své sebevýchovy. Předpokladem eticky citlivého přístupu je schopnost porozumět klientovi a docenit jeho způsoby uvažování. Dále je to vymezení a dodržení rozsahu pomoci, která odpovídá požadavkům klienta. Etika profesionální páce je dána morálními normami společnosti, jejími předpisy a pravidly chování. Takto obecně pojatý pojem *profesionální etika* je určen mravními hodnotami specifickými pro povolání porodní asistentky. V oblasti porodní asistence vznikl Mezinárodní etický kodex, který se zabývá

povinnostmi porodních asistentek. Tyto etické povinnosti upravují vztahy porodních asistentek k ostatním osobám, praxi porodní asistence, dodržování profesní odpovědnosti a povinností a způsob, jakým porodní asistentky usilují o zachování bezúhonnosti své profese.

3.3.1 Empatie v profesi porodní asistentky

Cíleně, záměrně a tedy vědomě projevovat a chovat se empaticky, musí všichni pracující ve zdravotních službách. Povolání porodní asistentky vyžaduje určitou schopnost empatie. Empatie patří primárně mezi složky efektivní komunikace, jak uvádí Kutnohorská (2011, s. 48). Pokud se chceme chovat eticky, pak je třeba věnovat i nácvik empatických dovedností. Empatie je společně s opravdovostí a vřelostí jednou z důležitých podmínek úspěšné práce s klientem. Empatie se dá obecněji vysvětlit jako umění zacházet se svými emocemi, vcítit se do situace druhých, schopnost číst i z neverbální komunikace a celkově se ztotožnit s cítěním klienta. Empatií dáváme najevo, že druhého člověka chápeme a rozumíme mu.

Porodní asistentka se v rámci předporodní péče může stát pomocníkem těhotných a po duševní stránce se přiblížit natolik, nakolik klientka potřebuje.

Autorka Ratislavová (2008, 47 s.) popisuje terapeutický vztah těhotné a porodní asistentky v samostatné kapitole. V době těhotenství navštěvuje žena většinou pravidelně porodní asistentku a lékaře v gynekologické praxi, chodí na prohlídky v rámci prevence nebo navštěvuje psychoprofylaktickou přípravu před porodem. Porodní asistentka by měla svým chováním a jednáním usilovat o redukci nežádoucí psychické zátěže, pomáhat stabilizovat narušenou psychickou nebo somatickou činnost. Rozhodující je vytvoření přátelského klimatu a příjemné atmosféry důvěry, která napomáhá k vytvoření dostatečně silného a pozitivního vztahu. K této práci využívá porodní asistentka především psychologických prostředků:

- otevřená komunikace
- akceptace klientky
- empatie, podpora
- profesionalita v práci
- respekt, úcta
- individuální přístup

3.4 Získání odborné způsobilosti k profesi porodní asistentky

Ratislavová (2008, s. 52) uvádí, že v dnešní době se psychoprofylaktická příprava žen k porodu stává součástí péče o těhotnou ženu a spadá do kompetencí porodní asistentky. Kurzy nabízejí jak soukromé gynekologické praxe, tak porodnice. Přípravu by měla vést vyškolená porodní asistentka s praxí. Vhodná je variabilita nabízených technik, aby si těhotná žena mohla vybírat z dostatečné nabídky toho, co jí vyhovuje.

Základní prvky předporodních kurzů pro těhotné jsou:

- seznámení s odbornou terminologií pomocí podávání hodnotných informací,
- navázání terapeutického vztahu,
- nabídka nefarmakologických metod tlumení bolesti,
- podpora aktivity těhotných pomocí cvičení,
- seznámení s prostředím porodnice,
- redukce strachu a podpora sebedůvěry.

3.4.1 Odborná způsobilost porodní asistentky

Odborná způsobilost k výkonu povolání porodní asistentky se získává absolvováním:

- a) nejméně tříletého akreditovaného zdravotnického bakalářského studijního oboru pro přípravu porodních asistentek,
- b) tříletého studia v oboru diplomovaná porodní asistentka na vyšších zdravotnických školách, pokud bylo studium prvního ročníku zahájeno nejpozději ve školním roce 2003/2004,
- c) střední zdravotnické školy v oboru ženská sestra nebo porodní asistentka, pokud bylo studium prvního ročníku zahájeno nejpozději ve školním roce 1996/1997.

(Česko, 2004, s. 30)

3.4.2 Kompetence porodní asistentky

Poskytování zdravotní péče v porodní asistenci popisuje zákon č. 96/2004 Sb. – *za výkon povolání porodní asistentky považuje poskytování zdravotní péče v porodní asistenci, to je zajištění nezbytného dohledu, poskytování péče a rady ženám během těhotenství, při porodu a šestinedělí, pokud probíhají fyziologicky, vedení fyziologického porodu a poskytování péče o novorozence, součástí této zdravotní péče je také ošetrovatelská péče o ženu na úseku gynekologie. Dále se porodní asistentka ve spolupráci s lékařem podílí na preventivní, léčebné, diagnostické, rehabilitační, neodkladné nebo dispenzární péči.*

(MZČR, © 2010)

Další předpis, který vymezuje činnost porodní asistentky je vyhláška č. 424/2004 Sb. a vyhláška č. 55/2011 Sb. Zde je již konkrétně popsána charakteristika jednotlivých činností, které smí porodní asistentka v rámci poskytování zdravotní péče bez odborného dohledu a komunitní péče vykonávat.

Moderní společnost klade poměrně vysoké nároky na profesi porodní asistentky, jak uvádí Ratislavová (2008, 5 s.), porodní asistentka musí zvládat svoji odbornou ošetrovatelskou práci v porodní asistenci, orientovat se v medicínských otázkách gynekologie a porodnictví a umět přistupovat k práci psychologicky. Respektování individuality každé ženy a znalosti ženské psychiky jsou potřebným předpokladem kvalitní práce porodní asistentky. Očekávání narození dítěte mění i celý rodinný systém a sociální okolí těhotné. Opора ze strany zdravotníků je důležitou součástí profesionální péče. Navázání hlubšího vztahu mezi porodní asistentkou a těhotnou může ženě prospět a zjednodušit jí průběh těhotenství, porodu i šestinedělí.

3.4.3 Možnost uplatnění privátní porodní asistentky

Privátní porodní asistentka je zdravotnický pracovník, který má osvědčení k výkonu zdravotnického povolání bez lékařského dohledu. Dle zákona č. 96/2004 Sb. může porodní asistentka vykonávat své povolání bez odborného dohledu až po 3 letech výkonu povolání porodní asistentky. Do té doby musí vykonávat své povolání pouze pod odborným dohledem.

Jako osoba samostatně výdělečně činná může svou praxi provozovat ve třech typech registrovaných pracovišť:

- kontaktní pracoviště pro domácí péči- péče je realizovaná formou návštěv a domácí péče,
 - není nutné mít provozní řád a péče nemusí být poskytována v nebytových prostorech,
 - pokud je toto kontaktní pracoviště ve vlastní nemovitosti, stačí doložit výpis z katastru nemovitostí o vlastnictví objektu,
 - pokud je ale kontaktní pracoviště v objektu, který nenáleží PA, je nutné mít nájemní smlouvu s vlastníkem nemovitosti.

- pracoviště pro ambulantní péči - PA může poskytovat péči klientkám na svém vlastním pracovišti nebo může pracovat v jiném zdravotnickém zařízení – nemocnice, ambulance gynekologa,
 - je nutné předložit potvrzení, že je zdravotnické zařízení technicky a věcně vybaveno k poskytování zdravotních služeb dle vyhlášky 92/2012 a mít schválený provozní řád orgánem ochrany veřejného zdraví,
 - na tomto pracovišti nesmí PA provádět porody.

- pracoviště PA, kde jsou vedeny porody - jedná se o porodní centrum, porodní dům
 - opět je nutné předložit potvrzení, že je zdravotnické zařízení technicky a věcně vybaveno k poskytování zdravotních služeb dle vyhlášky 92/2012 a mít schválený provozní řád orgánem ochrany veřejného zdraví,
 - dále se předkládá smlouva o vlastnictví či pronájmu nemovitosti.

4 ZÁVĚREČNÉ SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Teoretická část práce si klade za cíl dostatečné a kvalitní zpracování klíčových témat a slouží jako základ pro následující analytickou a projektovou část. Hlavními tématy teoretické části jsou poznatky o tvorbě podnikatelského plánu, založení podnikání a porodní asistenci.

Úvod teoretické části je věnován podnikatelskému plánu, popisuje kdo je podnikatel, jaké by měly být jeho vlastnosti a jaké jsou prvotní úvahy směřující k podnikání. Dále navazuje kapitola o struktuře podnikatelského plánu popisující jednotlivé části a postupné kroky při jeho sestavování. Součástí podnikatelského plánu jsou popsány i analýzy, které by mohly být využity při zpracování situační analýzy plánovaného založení privátní praxe. Na výše uvedené navazuje kapitola popisující založení podnikatelské činnosti, zde jsou uvedeny zákony a legislativní požadavky potřebné při zakládání podnikání.

Z hlediska dostupnosti zdrojů na téma podnikatelský plán a založení podnikatelské činnosti byla tato část zpracována bez obtíží. K nejvýznamnějším zdrojům z české literatury patřili publikace od autorů Koráb et al., Petřík, Šiman et al., Veber et al. a Srpová et al. K nejaktuálnější patří v této oblasti publikace od Červeného s rokem vydání 2014. Ze zahraničních autorů byl uveden McKeever a Westwood.

Třetí kapitola práce popisuje prenatální péči a psychofyzickou péči před porodem. Touto problematikou se zabývá například Bašková a Ratislavová. Jako zahraniční autor byl vybrán Mander, jelikož jeho publikace je aktuální. Dále jsou v kapitole popsány kompetence porodní asistentky a legislativní požadavky na založení privátní praxe.

Téma podnikání ve zdravotnictví není u českých ani zahraničních autorů téměř vůbec publikováno. Podnikání ve zdravotnictví má své specifika a odlišnosti, za jakých může být podnikatelská činnost provozována. Pro budoucí podnikatele je důležitá zejména znalost zákonů, dále může podnikatel čerpat informace z publikací zaměřených již na různou problematiku, která s podnikáním nebo zdravotnictvím souvisí. Jsou to samostatná témata, která pomůžou nastínit vhodné podmínky pro úspěšné podnikání v tomto oboru, jako je například management, marketing, podnikání, strategické řízení apod.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ZPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Podnikatelský plán je rozdělen na několik kapitol zabývajících se jednotlivými oblastmi potřebných pro přehled při založení podnikání.

5.1 Titulní strana

<i>Název:</i>	Budemimi
<i>Sídlo:</i>	Prostějov
<i>Datum vzniku:</i>	1. 1. 2017
<i>Právní forma podnikání:</i>	živnost
<i>IČ:</i>	202020202
<i>Obor podnikání:</i>	Poradenská činnost
<i>Jednatel společnosti:</i>	Zatloukalová Lucie
<i>Financování:</i>	vlastní, případně poskytnutí bezúročné půjčky
<i>Cíl podnikání:</i>	vedlejší samostatná výdělečná činnost
<i>Cíl předporodních kurzů:</i>	posílení sebevědomí nastávajících maminek a posílení sebedůvěry ve vlastní schopnosti, snížení úzkosti a strachu z porodu

5.2 Exekutivní souhrn

Úkolem kapitoly je shrnutí nejdůležitějších informací nově vzniklého podnikání. Vzhledem k tomu, že podnikatelský plán slouží pro osobní potřebu, není jeho role natolik důležitá, jako u plánů určených pro budoucí investory.

Kapitola je spíše jakýmsi osobním vyjádřením zakládající osoby a v této podobě může sloužit jako přehled informací pro budoucí klientelu předporodních kurzů, aby měly možnost se dozvědět něco více o porodní asistentce, která bude jejich průvodcem těhotenstvím.

Proč právě předporodní kurzy?

Nápad nově vznikajícího podnikání vznikl v době, kdy těhotná budoucí podnikatelka sama zvažovala návštěvu předporodního kurzu ve městě Prostějov. Vzhledem k tomu, že nabídka byla poměrně omezená, přišla s nápadem založit tuto praxi a rozšířit nabídku těhotným.

Podnikatelským záměrem je především poskytování kvalitních a odborných informací v oblasti těhotenství a vším s ním spojeným. I přesto, že internet je neomezený, dostupnost a zejména přehlednost těchto informací na dobré úrovni, je docela nízká.

Osoba, která bude služby poskytovat je vysokoškolsky vzdělanou porodní asistentkou s dostatečnou praxí a má zejména nejcennější zkušenost v podobě vlastního prožitku mateřské role.

5.3 Analýza vnitřního prostředí

Z důvodu neexistence podniku není analýza vnitřního prostředí provedena.

5.4 Analýza trhu a odvětví

Analýza vnějšího prostředí zkoumá vše, co firma potřebuje vědět o trhu a své pozici na tomto trhu. Pomocí analýzy je provedeno zhodnocení obecného a oborového okolí působícího na podnikání v oboru porodní asistence.

5.4.1 Analýza vnějšího makroprostředí – SLEPT analýza

SLEPT analýza popisuje obecné okolí firmy. Pomocí této analýzy bylo popsáno prostředí společenské, právní, ekonomické, politické a technologické. Všechna zmíněná data jsou pojata z hlediska regionálního, konkrétně Olomouckého kraje, kde se nachází i místo budoucího podnikání město Prostějov.

Podnikatel v rámci podnikatelského plánu nepředpokládá, že by mezi návštěvníky byli osoby ze vzdálenějšího okolí, než je město Prostějov a přilehlé oblasti. Vzhledem k nabízeným službám, které jsou určeny především těhotným ženám, by větší dojezdová vzdálenost nebyla zřejmě ani doporučena.

Sociální faktory

Demografický vývoj obyvatelstva v kraji má mezi společenskými faktory velký vliv na daný druh podnikání. Hlavní sociální faktory, které budou podnikání v porodní asistenci ovlivňovat, představují počet obyvatel a porodnost. Porodnost je jedním z klíčových demografických procesů, spolu s úmrtností představuje základní složku demografické reprodukce populací. Dalšími faktory, které nelze opomenout jsou i vzdělání, životní styl a životní úroveň.

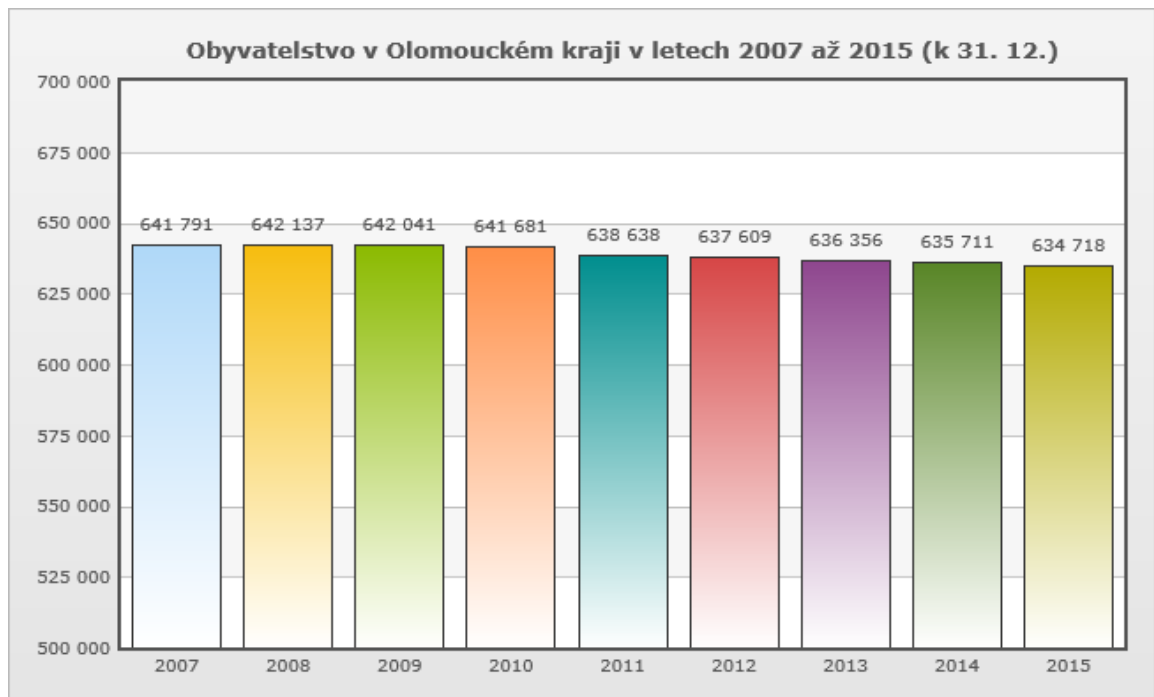
Obyvatelstvo

Olomoucký kraj je šestým nejlidnatějším mezi 14 kraji v České Republice, jedná se o 6,1 % z celkového počtu obyvatel České Republiky.

K 31. 12. 2015 žilo v Olomouckém kraji 634718 obyvatel, z toho 43 977 obyvatel ve městě Prostějov. Z dlouhodobého hlediska je na území Olomouckého kraje klesající trend počtu obyvatel. V porovnání s rokem 2014 nastal úbytek o 993 obyvatel, v Prostějově byl pokles pouze o 140 obyvatel. Úbytek obyvatelstva byl způsoben jak převahou zemřelých nad narozenými, tak převahou vystěhovalých nad přistěhovanými.

Strukturu obyvatelstva Prostějova tvořilo 20 581 mužů a 23 396 žen. Vzhledem k současnému trendu odkládání založení rodiny do vyššího věku, jsou cílovou skupinou ženy od 25 do 35 let.

Graf 1 Obyvatelstvo v OK 2007 - 2015



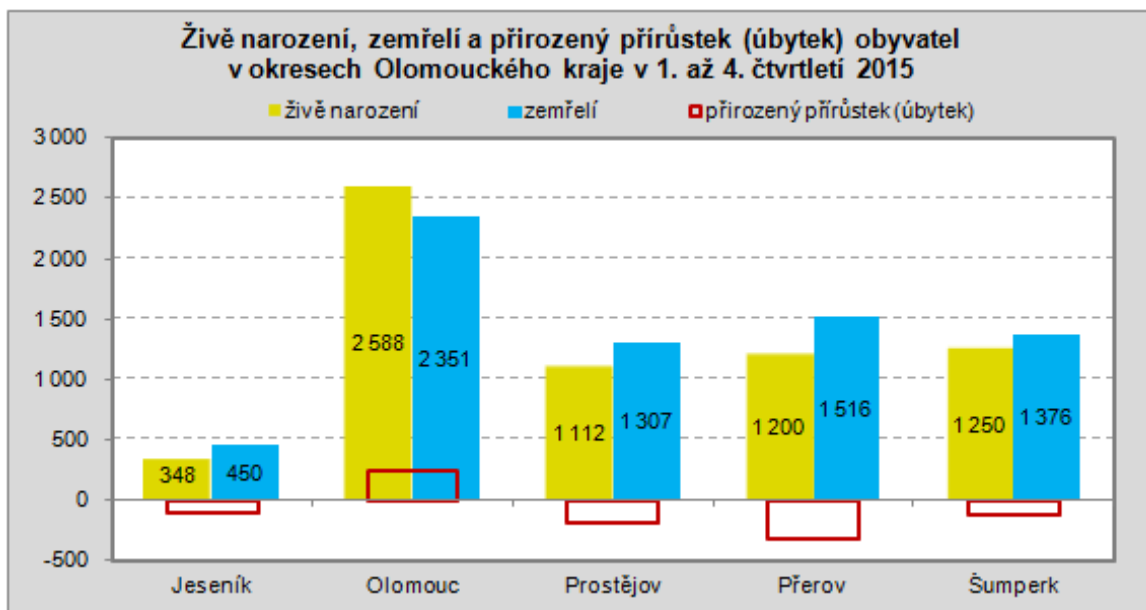
(Zdroj: ČSÚ, 2015)

Porodnost

V Olomouckém kraji přišlo v roce 2015 v šesti porodnicích na svět 6498 dětí, z toho 1112 dětí v Prostějově. Celkové číslo je o 98 vyšší, než tomu bylo v předchozím roce.

Z 6 521 dětí narozených v kraji se 23 narodilo mrtvě. Z 6 498 živě narozených bylo 3 347 chlapců, tj. 51,5 %. Téměř polovina dětí (49,1 %) se narodila maminkám jako první dítě, 36,9 % dětí bylo druhorozených a jen 14,0 % tj. 907 dětí se narodilo jako třetí nebo další dítě v pořadí.

Graf 2 Živě narození, zemřelí a přirozený přírůstek (úbytek) obyvatel v OK 2015



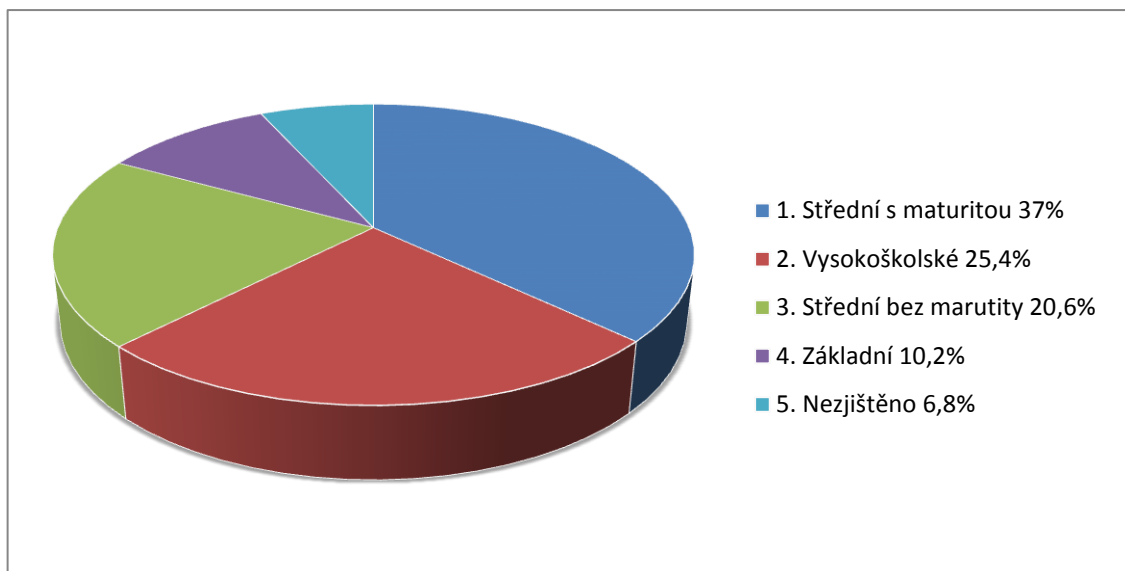
(Zdroj: ČSÚ, 2015)

Vzdělanostní struktura rodiček

Nárůst poptávky po předporodní přípravě je způsobena také rostoucí kvalifikací a vzdělaností budoucích rodičů. Rodiče už chtějí být těmi, kdo budou rozhodovat, kde a jak chtějí své dítě přivést na svět. Důležitým faktem je, že se neustále zlepšuje informovanost českých rodiček, jejichž snaha o převzetí odpovědnosti za vlastní rozhodnutí je patrná jak v porodnicích, tak i v ambulancích.

Struktura rodiček podle vzdělání je odvislá od celkové vzdělanosti žen v populaci. V roce 2012 byly mezi rodičkami nejčastěji zastoupeny ženy se středoškolským vzděláním (57,8 %), matky vysokoškolačky představovaly 25,4 % a matky se základním vzděláním 10,2 %. U zbývajících více než 6 % matek nebylo vzdělání zjištěno.

Graf 3 Struktura rodiček podle vzdělání ČR v roce 2012



(Zdroj: vlastní zpracování dle ÚZIS, 2016)

Legislativní faktory

Profese Porodní asistentka je autonomní regulovanou profesí. V České republice je získání způsobilosti k výkonu tohoto povolání řízeno zákonem č. 96/2004 Sb. Podle tohoto zákona může porodní asistentka po splnění podmínek předepsaných tímto zákonem získat **Osvědčení k výkonu povolání bez odborného dohledu**. V případě, že porodní asistentka podmínky splní, může samostatně vykonávat činnosti shrnuté ve vyhlášce č. 424/2004 Sb. Tato vyhláška byla sestavena tak, aby byla v souladu se směrnicí EU č. 80/154 EEC, předkládající kompetence porodních asistentek platné v celoevropském měřítku. Zákon stanovuje kompetence pro výkon povolání, ale nezaručuje plnění všech podmínek pro výkon soukromé praxe a neupravuje ani postavení profese v rámci poskytování primární zdravotní péče. V legislativě ČR chybí stanovený standard pro poskytování péče PA, prakticky by se jednalo o soupis všech nutností pro výkon praxe, ve kterém by byly zahrnuty informace o úrovni odborného vzdělání, délka praxe, doporučený počet osob u prováděných porodů, povinné materiálně-technické vybavení, dokumentace a zajištění odborné rychlé péče při vzniku komplikací.

Charakter nově otevřených předporodních kurzů bude zaměřen především na předporodní období, porodní asistentka bude poskytovat edukační a poradenské služby formou sezení a besed s přihlášenými účastníky kurzu, kde budou probíhat i názorné ukázky. Do budoucna

se kurzy rozšíří o cvičení a masáže. Vedení porodů v domácím prostředí PA nezamýšlí, proto není nutné splnění všech požadavků pro výkon praxe.

Z nejdůležitějších právních předpisů, které se týkají poskytování zdravotní péče a provozu privátní praxe, lze zmínit následující:

- č. 372/2011 Sb., zákon o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování,
- č. 96/2004 Sb., zákon o podmínkách získávání a uznávání způsobilosti k výkonu nelékařských zdravotnických povolání a k výkonu činnosti souvisejících s poskytováním zdravotní péče a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o nelékařských zdravotnických povoláních),
- č. 39/2005 Sb., vyhláška, kterou se stanoví minimální požadavky na studijní programy k získání odborné způsobilosti k výkonu nelékařského zdravotnického povolání,
- č. 55/2011 Sb., vyhláška o činnostech zdravotnických pracovníků a jiných odborných pracovníků,
- č. 92/2012 Sb., vyhláška o požadavcích na minimální vybavení zdravotnických zařízení,
- č. 99/2012Sb., vyhláška o požadavcích na minimální personální zabezpečení služeb.

Ekonomické faktory

Předporodní kurz nejsou součástí hrazené zdravotní péče. Porodní asistentka s vlastní soukromou praxí nejsou zařazeny do systému veřejného zdravotního pojištění. Poskytované služby si hradí sami klienti v plné výši stanovené v ceníku služeb porodní asistentkou. Výjimkou je pouze návštěvní služba v těhotenství a v šestinedělí. Tuto péči jako jedinou může hradit zdravotní pojišťovna, pokud s ní má porodní asistentka na tento výkon uzavřenou smlouvu a pokud tento výkon indikuje lékař gynekolog-porodník.

Zdravotní pojišťovny přispívají těhotným ženám pouze určitou částkou. Velikost příspěvku a podmínky pro jeho získání se liší u každé pojišťovny.

Přehled příspěvků jednotlivých pojišťoven pro těhotné ženy jsou následující:*Všeobecná zdravotní pojišťovna*

Všeobecná zdravotní pojišťovna v rámci předporodní péče poskytuje dva druhy příspěvků, jeden se vztahuje na cvičení a plavání pro těhotné a druhý příspěvek je určen na předporodní kurzy. Oba typy příspěvků jsou poskytovány ve výši 500,- Kč. V kalendářním roce lze žádat jen o jeden z těchto příspěvků.

Oborová zdravotní pojišťovna

Čerpání kreditu ve výši až 1300,- Kč je možné využít na předporodní kurzy. Výše kreditu záleží na pojištění dítěte a jeho rodičů u OZP.

Vojenská zdravotní pojišťovna

Po dobu těhotenství lze těhotné ženě poskytnout příspěvek do výše 800,- Kč podle výběru na absolvování kondičního tréninku v rámci odborně zaměřených kurzů nebo na předporodní kurzy.

Česká průmyslová zdravotní pojišťovna

ČPZP v roce 2016 poskytne příspěvek až 1000,- Kč těhotným ženám ve věku od 18 let na kurzy pro těhotné, plavání pro těhotné, masáže těhotných, psychoprofylaktická příprava těhotných k porodu.

Zaměstnanecká pojišťovna Škoda

Příspěvek do výše 500,- Kč lze čerpat na pohybové aktivity nebo předporodní kurz.

Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra

Pojištěnka, která je minimálně ve 12. týdnu těhotenství (včetně) nebo v roce 2016 porodila, může čerpat příspěvek až do max. výše 800 Kč na předporodní kurz nebo na cvičení žen po porodu.

Revírní bratrská pokladna – zdravotní pojišťovna

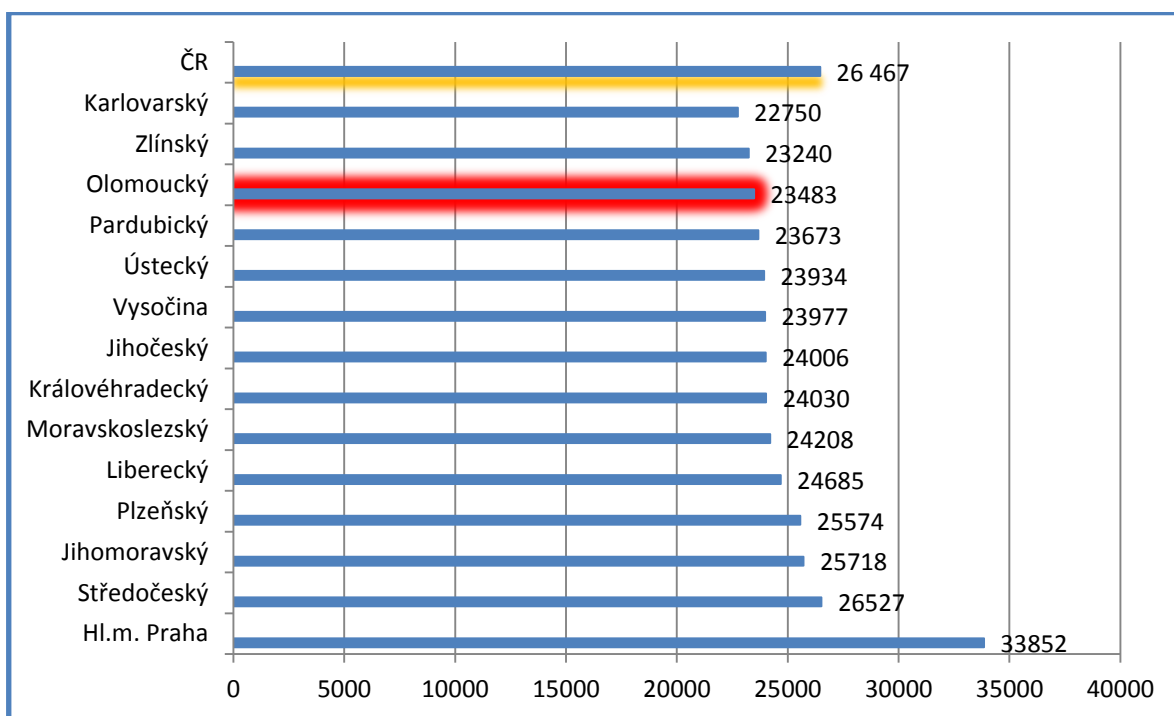
Zdravotní pojišťovna přispívá v rámci preventivních programů do výše 700,- Kč na kurzy psychoprofylaxe a těhotenský tělocvik.

Návštěvnost kurzů a ochota klientů platit za tyto služby je ovlivněna řadou makroekonomických ukazatelů. Mezi nejvýznamnější patří například **průměrná hrubá měsíční mzda a nezaměstnanost**.

Průměrná hrubá měsíční mzda

Průměrná hrubá měsíční mzda v České Republice v roce 2015 dosáhla hodnoty 26 467,- Kč, meziročně vzrostla o 3,4 %. Průměrná hrubá měsíční mzda v Olomouckém kraji v 1. až 4. čtvrtletí 2015 činila 23 483,- Kč. Meziročně se zvýšila o 713,- Kč, tj. o 3,1 %. Mezi kraji se Olomoucký kraj umístil na 12. místě.

Graf 4 Průměrná hrubá měsíční mzda v krajích ČR 2015

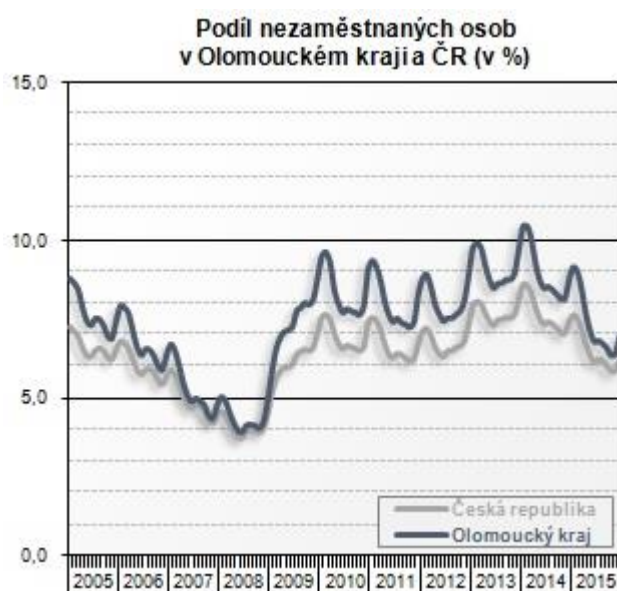


(Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ, 2015)

Nezaměstnanost

V České Republice dosáhl podíl nezaměstnaných osob k 31. 12. 2015 hranice 6,2 %. V Olomouckém kraji byl podíl nezaměstnaných 7 %. Olomoucký kraj se řadí dlouhodobě mezi kraje s nadprůměrnou nezaměstnaností, která je od roku 2010 třetí nejvyšší v rámci České republiky. Okres Olomouc i město Olomouc v rámci kraje patřily v minulosti mezi oblasti s nižší nezaměstnaností, v letech 2005 – 2009 se dokonce nezaměstnanost ve městě dostala pod úroveň v ČR. Nicméně po roce 2009 už se opět nezaměstnanost města i okresu pohybuje nad úrovní ČR.

Graf 5 Podíl nezaměstnaných v OK a ČR v letech 2005 - 2015



(Zdroj: ČSÚ, 2016)

Politické faktory

Koncepci v oboru porodní asistence nemá hlouběji vypracovanou ani jedna politická strana. Diskuze, kterou porodnictví momentálně vyvolává, by mohla být nadějí pro lepší pochopení a větší informovanost o tématu. Příliš často se zvrhává v obavy a nepochopení jednotlivých stran. Strach ze změny a liberalizace takto citlivého tématu se bohužel zdá větší, než snaha naslouchat a posuzovat jednotlivé argumenty.

Úkolem současné české porodní asistence jako celku zůstává snaha navrátit této profesi nezastupitelné místo v primární péči o ženy a děti během těhotenství, porodu a šestinedělí. Pořád totiž nedošlo k transformaci vztahů mezi porodními asistentkami a lékaři.

V ČR existuje několik profesních sdružení, které se snaží o vzájemnou spolupráci v oboru porodní asistence a prosazování svých kompetencí vycházející ze směrnice 2005-36-ES, které v roce 2014 podepsaly společné memorandum.

Mezi tyto odborné a profesní sdružení patří:

- Česká konfederace porodních asistentek (ČKPA)
- Česká společnost porodních asistentek (ČSPA)
- Unie porodních asistentek (UNIPA)
- Gynekologicko – porodnická sekce České asociace sester (GPS ČAS)

Technologické faktory

Jedním ze způsobů, jak se dostat k informacím o předporodním kurzu je přístup k internetovému připojení. V roce 2015 mělo počítač 3,1 miliónu domácností. Internet nejčastěji používáme ke komunikaci a vyhledávání informací. Hojně se věnujeme čtení on-line zpráv, novin a časopisů. V roce 2015 trávilo touto činností svůj čas 65 % dospělé populace. Podíl Čechů, kteří čtou on-line zprávy na internetu, patřil k nejvyšším v rámci EU. Vedle toho stagnuje počet lidí využívajících sociální sítě. V roce 2010 jejich prostřednictvím komunikovalo 9 % jednotlivců starších 16 let, v roce 2013 již 34 %.

(ČSÚ, 2016)

5.4.2 Analýza vnějšího mikroprostředí – Porterova analýza

Porterův model pěti sil patří k základním nástrojům pro analýzu konkurenčního prostředí firmy a jejího strategického řízení. Jde o způsob analýzy odvětví a jeho rizik pomocí použití pěti prvků.

Rivalita mezi konkurenčními firmami

V současné době existuje na trhu služeb pro těhotné v oblasti předporodní přípravy poskytované porodní asistentkou pouze několik poskytovatelů ve městě Prostějov a okolí. Do oblasti dostupné od města Prostějova je zahrnuto město Olomouc. Olomouc je nejvíce konkurujícím prostředím vzhledem ke své dostupnosti, která je přibližně 12 km. Dalším z měst, kde se nachází poskytovatel předporodních kurzů je město Vyškov, vzdálené 20

minut autem. I přes existenci těchto konkurentů, nelze říci, že by nové otevření předporodních kurzů a jejich postavení na trhu bylo ohroženo.

Přehled poskytovatelů poskytujících edukační a poradenskou činnost těhotným je následující:

Nemocnice Prostějov – cvičení a přednášky pro těhotné

Gynekologicko – porodnické oddělení nemocnice Prostějov pořádá přednášky ro těhotné zaměřené na přípravu k porodu. Přednášky jsou jednorázové a konají se jednou měsíčně. Délka přednášky je 4 hodiny a cena je 200,-. Další službou, kterou nemocnice nabízí je cvičení pro těhotné realizované dvakrát týdně v době od 12 – 13 hodin. Cena hodiny cvičení je 40,- Kč. Cvičení pomáhá budoucím maminkám v posílení svalových skupin zatížených v těhotenství a při porodu.

Rodinné centrum Lodička Prostějov – předporodní kurzy a cvičení pro těhotné

Předporodní kurzy jsou rozděleny do tří bloků – Těhotenství, Příprava na porod a Příprava na příchod miminka. Kurzy pobíhají pod vedením porodní asistentky a dětské sestry. Každá lekce sestává ze dvou částí – 1 hodiny cvičení a 1 hodiny teorie. Celkem má kurz 12 lekcí. Cena jednotlivé lekce je 100,- Kč, kompletní kurz (cvičení + přednášky) stojí 2 220,- Kč.

Fakultní nemocnice Olomouc

Nemocnice nabízí dva druhy kurzů pro těhotné od 30. týdne těhotenství. První druh kurzu je jednorázový a je spojen s exkurzí po porodnici. Kurz trvá 2 hodiny a účastníci získají informace o předporodní péči, příjmu k porodu a poskytovaných službách. Dalším typem kurzu je kompletní předporodní kurz, který slouží k prohloubení znalostí ohledně porodu, šestinedělí a péči o novorozence. Kurz má šest lekcí, je možné navštívit všechny z nich nebo jen ty, o které má žena zájem. Cena lekce je 100,- Kč.

Agentura Pomadol s. r. o. - Olomouc

Kurzy poskytované agenturou probíhají 1x týdně ve dvouhodinových lekcích. Kurz má celkem 10 lekcí a každá lekce se skládá z 1 hodiny cvičení a 1 hodiny teorie. Teorie zahrnuje besedy s porodní asistentkou, které obsahují teoretickou přípravu k porodu, kojení a péči o dítě a praktickou přípravu (návčik kojení, manipulace s anatomickou panenkou,

nácvik dýchání při porodu a nácvik úlevových poloh) a videotéku. Cvičení zahrnuje rehabilitační cvičení pro těhotné s prvky gravidjógy, pilates, Alexandrovovy techniky a břišních tanců pro těhotné, relaxační a uvolňovací techniky.

Nemocnice Vyškov

Kurzy předporodní přípravy se konají jednou týdně pod vedením porodních asistentek. Kurzy jsou poskytovány zdarma.

MC Radost Vyškov

Toto cvičení je určeno všem budoucím maminkám od 15. týdne těhotenství s fyziologickým průběhem. Těhotenské cvičení je zaměřeno na protažení a posílení svalů celého těla s ohledem na těhotenství. Součástí je i posilování a uvolňování svalů pánevního dna a nácvik správného dýchání. Příprava těla k porodu i poporodnímu období.

Shrnutí jednotlivých služeb předporodních kurzů v Olomouckém kraji

Tab. 1 Služby jednotlivých předporodních kurzů

Poskytované služby/Poskytovatel	Nemocnice Prostějov	Centrum Lodička	Agentura Pomadol	Nemocnice Vyškov	MC Radost Vyškov
Předporodní kurz	X	X	X	X	X
Cvičení pro těhotné	X	X	X	X	X
Plavání pro těhotné	0	0	0	0	0
Masáže	0	0	X	0	0
Individuální lekce	0	0	X	0	0
Lekce s partnerem	0	0	X	0	X
Poporodní lekce	X	0	X	0	0
Cvičení po porodu	X	0	0	0	X
Návštěva porodnice	X	0	0	X	0

(vlastní zpracování) X- služba je poskytována, 0- služba není poskytována

Kritéria hodnocení jsou uvedena podle obsahu internetových stránek poskytovatelů předporodních kurzů. Vzhledem k tomu, že diplomová práce se zaměřuje především na edukační a poradenskou činnost, i konkurence je hodnocena z pohledu poskytování těchto služeb, cvičení není zahrnuto ve službách nově vznikajícího podnikání. Za největšího konkurenta v této oblasti lze považovat Nemocnici Prostějov. Nemocnice nabízí kurzy velmi levně, což může být pro klientky lákavé. Z hlediska času, kdy kurzy probíhají, předpokládám, že kurzy jsou nepřilíš dostupné. Další konkurenční výhodou nově vznikajících kurzů může být poskytování individuálních lekcí, které nabízí pouze Agentura

Pomadol. Velkou výhodou těchto kurzů je nejen individuální přístup a diskrétnost, ale časová flexibilita, kdy si klient může zvolit, kdy bude kurz probíhat.

Za nejmenšího konkurenta lze považovat Nemocnici Vyškov, i přesto, že kurzy jsou bezplatné, nabídka poskytovaných služeb v rámci předporodního kurzu je omezená a dojezdová dostupnost je nejdelší.

Z tabulky 2 lze vyčíst jednotlivé oblasti týkající se zhodnocení situace na současném trhu, v závislosti na stávajících konkurentech.

Tab. 2 Rivalita mezi konkurenčními firmami

Název kategorie	Bodové hodnocení (1 – nejnižší, 10 - nejvyšší)
Počet konkurentů a jejich konkurenceschopnost	5
Rozmanitost konkurentů	5
Nárůst potencionálních klientů	7
Diferenciace nabízených služeb	5

(vlastní zpracování)

Hrozba substitutů

Substituty znamenají alternativní produkty či služby zvolené zákazníkem namísto námi nabízených. Možnosti substitutů, které mohou být využity v rámci předporodní přípravy, jsou omezené. Nejčastěji využívaným substitutem v oblasti přípravy k porodu je získávání informací z literatury a internetu. Informace nejsou vždy kvalitní a mnohdy si odporují, to zapříčiňuje nejistotu zákazníků a zvýšení zájmu o návštěvy psychoprofylaktických kurzů vedených odborným a zkušeným personálem. Dalším možným substitutem jsou kurzy jógy pro těhotné vedené vyškolenými předcvičujícími. Z hlediska tohoto substitutu lze očekávat, že tyto kurzy budou vyhledávat spíše těhotné, které navštěvovaly kurzy i před těhotenstvím.

Tab. 3 Hrozba substitutů

Název kategorie	Bodové hodnocení (1 – nejnižší, 10 - nejvyšší)
Počet substitučních služeb	3
Dostupnost substitučních služeb	5
Náklady na přechod k substitučním službám	4

(vlastní zpracování)

Hrozba vstupu nových konkurentů do odvětví

Poskytování edukačních a poradenských služeb porodní asistentkou v rámci předporodní přípravy je specifická činnost, pro kterou je nutné mít odborné vzdělání a dostatečně dlouhou praxi. Kurzy může vést jen zkušený personál. Na trhu není dostatek poskytovatelů těchto služeb, i přesto, že počet zájemců o kvalitní předporodní kurzy narůstá.

Bariéry pro vstup nových konkurentů jsou různorodé. Pro zahájení podnikání je potřeba minimálních investic. K provozování těchto služeb není nutné mít speciální technologické vybavení. Hlavní faktorem, který může odrazovat vstup nových konkurentů na trh je neatraktivnost odvětví z pohledu ziskovosti. Poskytování služeb nemůže být zpočátku bráno jako hlavní zdroj příjmů, jedná se spíše o vedlejší přivýdělek.

Pro daný druh podnikání je náročné vytvářet bariéry vstupu do odvětví. Způsobem, jakým toho lze alespoň z části dosáhnout a zabránit riziku odchodu zákazníků ke konkurentům, je možné prostřednictvím spokojenosti s nabízenými službami a zakotvení dobré image na trhu. V případě splnění těchto parametrů není předpokládán odliv klientů z důvodu snížení ceny konkurentem nebo změnou poskytovaných služeb.

Legislativní normy a zákony upravující činnost porodních asistentek jsou další z bariér vstupu do odvětví. V budoucnu je možné předpokládat rozšíření počtu konkurentů zejména v případě změny legislativy, která by umožnila porodním asistentkám prosadit své kompetence v primární péči.

Tab. 4 Hrozba vstupu nových konkurentů

Název kategorie	Bodové hodnocení (1 – nejnižší, 10 - nejvyšší)
Kapitál pro vstup do odvětví	6
Speciální technologie	2
Zásahy státu	4
Kvalifikace pracovníků	7
Ziskovost	5

(vlastní zpracování)

Vyjednávací pozice dodavatelů

Vzhledem k charakteru podnikání bude podnikatel závislý na dodavatelích především před otevřením kurzů z důvodu zajištění dostatečného vybavení pomůckami sloužící k názorným ukázkám, kancelářské potřeby a další spotřební materiál a také na dodavatelích poskytujících energie a služby.

Vyjednávací pozice dodavatelů je z celkového pohledu poměrně malá, jelikož existuje celá řada konkurenčních výrobků, čímž lze získat nové dodavatele. V případě nespokojenosti s cenou či dodavatelskými podmínkami, bude jednoduché přejít k jinému, jelikož přehlednost a dostupnost na trhu dodavatelů je velká.

Tab. 5 Vyjednávací pozice dodavatelů

Název kategorie	Bodové hodnocení (1 – nejnižší, 10 - nejvyšší)
Dodavatelé služeb	7
Význam kupujících pro dodavatele	3
Smluvní podmínky dodávek	3
Přechod k jinému dodavateli	6

(vlastní zpracování)

Vyjednávací pozice kupujících

Předporodní kurzy poskytované soukromou porodní asistentkou jsou zaměřené na zákazníky z města Prostějov a okolí. Cílovou skupinou jsou ženy ve fertlím věku, zejména těhotné. Stadium těhotenství není konkretizováno, služby může využít žena v jakémkoli stupni těhotenství. Návštěvu předporodních kurzů mohou využít i páry. Z toho vyplývá, že z pohledu poskytování služeb má podnik dva druhy zákazníků, těhotné ženy a jejich partnery, muže. V tomto případě je možné zavést i zvláštní lekce pouze pro partnery.

Z hlediska regionu jsou nabízeny podobné služby, často se ovšem jedná o lekce zaměřené na stejná témata. Výhodou nově vzniklých kurzů, může být přizpůsobování zákazníkům a propracování témat jednotlivých lekcí dle přání klientů. Zapojování účastníků v rámci besed a diskuzí by mělo být samozřejmostí jednotlivých sezení.

Důležité je podotknout, že většina pojišťoven přispívá na kurzy předporodní přípravy poměrně vysokou částkou. Navíc těhotné ženy jsou ochotny vynakládat nemalé částky, jelikož je to důležité období v jejich životě a peníze nejsou mnohdy určujícím parametrem.

Význam poskytovaných služeb může být značný, protože kurzy jsou zaměřeny na informace a péči, které mohou ovlivnit prožívání těhotenství a porodu. Z výše uvedeného je možno vyvodit, že pro tento typ služby je důležitá odbornost, spolehlivost a dobrá image. Snížení vyjednávací síly zákazníků lze dosáhnout důslednou orientací na reference a spokojenost zákazníků a tudíž zabránit odchodu ke konkurenci.

Tab. 6 Vyjednávací síla kupujících

Název kategorie	Bodové hodnocení (1 – nejnižší, 10 - nejvyšší)
Počet důležitých zákazníků	5
Informovanost klientů	8
Význam služby pro klienta	9
Citlivost na přístup	10

(vlastní zpracování)

5.5 Zhodnocení pomocí OT analýzy

Podnik ve skutečnosti neexistuje, proto není možné zpracování vnitřní analýzy a zhotovení celkové SWOT analýzy. Vytvoření je úkolem této diplomové práce. V následující tabulce je zpracována zkrácená verze tzv. OT analýza popisující příležitosti a hrozby nacházející se mimo organizaci. OT analýza je zhodnocením příležitostí (O – opportunities) a hrozeb (T – threats) nově vznikajícího podnikání v oboru porodní asistence.

Tab. 7 Schéma OT analýzy

O - PŘÍLEŽITOSTI
Příznivý demografický vývoj, nárůst počtu porodů ve městě Prostějov
Příspěvky zdravotních pojišťoven
Zvyšování průměrné měsíční mzdy, finanční zabezpečení
Růst využívání internetu potencionálními klienty pro hledání informací
Změna legislativy ve prospěch kompetencí porodních asistentek
Malý počet konkurentů v odvětví
Omezené substituty, nekvalitní a nejednotné informace
Zvyšování vzdělanosti, dobrý životní styl
T - HROZBY
Vstup nového poskytovatele na trh
Nárůst nezaměstnanosti, úspory, neochota platit za nabízené služby
Neschválení proplacení příspěvku zdravotní pojišťovnou
Nedostatek klientely

(vlastní zpracování)

Z výše uvedené tabulky je patrné, že příležitosti pro podnikání v tomto odvětví je mnoho, naproti hrozbám, které mohou nově vznikající kurzy ovlivnit. Jako hlavní **příležitost** pro otevření nových služeb v odvětví, bych viděla zejména malý počet konkurentů poskytujících kurzy pro těhotné a ženy po porodu. Nově vzniklé kurzy mohou být impulzem pro mnoho žen a lákavou novinkou, která na trhu chybí a už delší dobu se nic nového nevyskytlo. Další příležitostí jsou příspěvky zdravotních pojišťoven na

absolvování předporodní přípravy, kdy téměř poskytnutá částka pokrývá celou sumu kompletního předporodního kurzu. Příležitost v podobě omezených substitutů a nekvalitních informací zejména na různých neověřených internetových stránkách, je podstatná u skupiny žen, jež očekávají svého prvního potomka. Prvorodičky nemají zažitou zkušenost s porodem a obavy z nového jsou u nich pravděpodobnější, proto lekce předporodních kurzů mohou být cestou ke zmírnění strachu a úzkosti z porodu. Dalším pozitivem může být pojetí předporodního kurzu jako jakýsi trend. Pouhá myšlenka, že někdo ze známých absolvoval předporodní kurz, může navodit potřebu vyrovnání se s ostatními a nutně mít také tuto zkušenost. Dalším důležitým pozitivem je zvyšování vzdělanosti a dobrý životní styl, do kterého spadá právě účast na předporodních kurzech.

Hrozbou pro předporodní kurzy může být vstup nového poskytovatele na trh. To může být způsobeno narůstajícími kompetencemi a vzděláním porodních asistentek. Dalším negativním jevem může být nárůst nezaměstnanosti a s ním spojená neochota platit za tyto služby z důvodu šetření peněz. Kompenzací v tomto případě, ale může být poskytnutí příspěvku zdravotní pojišťovnou. V případě, že je žena zaměstnaná, ale není ochotná platit za kurz, může být neposkytnutí příspěvku pojišťovnou negativní hrozbou. V tomto případě lze vhodným způsobem ženě vysvětlit a doporučit, proč jsou kurzy smysluplné a vyplatí se do něj investovat.

5.6 Marketingový plán

Pro úspěšnou realizaci podnikatelského záměru v podobě předporodních kurzů je nezbytné sestavení marketingového plánu. Součástí marketingového plánu je určení poslání, stanovení vize a cílů a charakterizace tržních segmentů, na které budou předporodní kurzy orientovány. Následně bude vytvořen takový marketingový mix, který bude korespondovat s uvedenými cílovými segmenty trhu.

5.6.1 Poslání, vize, cíle

Poslání

Dlouhodobě poskytovat služby předporodních kurzů na velmi dobré úrovni a udržovat vysokou spokojenost klientů.

Vize

Stát se vyhledávanou službou v oblasti předporodní přípravy v rámci města Prostějov a okolí a být uznávanou porodní asistentkou z pohledu klientů a lékařů.

Cíle

Hlavní marketingové cíle jsou:

- získání dobrého jména a postavení na trhu díky poskytování kvalitních služeb v oblasti edukační a poradenských služeb těhotným,
- konkurovat stávajícím i nově příchozím subjektům na trhu.

Dílní cíle marketingového plánu jsou stanoveny takto:

- do šesti měsíců fungování mít kapacitně obsazen kurz z 90%,
- odlišit se poskytovanými službami od ostatních,
- do šesti měsíců navázat spolupráci s Nemocnicí Prostějov a umožnit klientkám kurzu návštěvu porodních sálů,
- do konce prvního roku rozšířit nabídku předporodních kurzů o cvičení a masáže pro těhotné.

Schéma dílčích cílů marketingového plánu a následná opatření k jejich dosažení (vlastní zpracování)

Strategická vize:

Stát se vyhledávanou službou v oblasti předporodní přípravy v rámci města Prostějova a okolí a být uznávanou porodní asistentkou z pohledu klientů a lékařů.

SC 1 - Do šesti měsíců fungování mít kapacitně obsazen kurz z 90%.

SC 2 - Odlišit se poskytovanými službami od ostatních.

SC 3 - Navázat spolupráci s Nemocnicí Prostějov a umožnit klientkám kurzu návštěvu porodních sálů.

SC 4 - Rozšířit nabídku předporodních kurzů o cvičení a masáže pro těhotné.

Opatření k dosažení cílů uvedených v předchozím schématu:

Opatření SC 1 - Dostatečné využití reklamy pro informování potencionálních klientů.

Opatření SC 2 - Rozšíření předporodního kurzu o individuální lekce.

Opatření SC 3 - Kontaktovat vedoucího lékaře gynekologicko-porodnického oddělení a informovat jej o možné spolupráci.

Opatření SC 4 - Absolvování speciálního vzdělávacího kurzu zaměřeného na cvičení a masáže pro těhotné.

5.6.2 Segmentace trhu a cílová skupina

Trh působení daného podnikání v oboru porodní asistentce je velmi specifický a má různé spektrum nabízených služeb od edukačních přednášek po specializované cvičení s dýchacími technikami poskytované ženám v těhotenství nebo po porodu. Mezi základní poskytované služby těhotným ženám patří edukační přednášky na témata týkající se těhotenství, porodu a šestinedělí, tohoto charakteru bude i nově otevřený kurz. Do

budoucná se rozšíří nabízené služby o cvičení a masáže, to bude předpokladem pro širší klientelu, cílová skupina bude stále stejná.

Primární cílová skupina je tvořena následujícím tržním segmentem:

- ženy v různém stupni gravidity přibližně ve věku 18-ti až 45-ti let.

Sekundární cílovou skupinu tvoří tyto tržní segmenty:

- partneři těhotných žen,
- ženy po porodu.

Charakteristika klienta

Budoucí klienti předporodních kurzů jsou zaměřeni na vyhledávání informací o těhotenství, porodu a péči o novorozence. Klienti jsou aktivní ve vzdělávání se o nové etapy života a odhodláni podělit se o své zkušenosti a pocity s jinými návštěvníky kurzu. Různé psychické rozpoložení je spojeno s obavami a neznalostí tohoto stavu. Klient v průběhu jednotlivých návštěv dostane všechny potřebné a důležité informace, které eliminují jeho případnou úzkost či nervozitu. Mezi budoucími klienty se může vyskytnout i skupina klientek mající zájem o individuální lekce kurzu z různých důvodů, časových nebo osobních. V tomto případě bude možné vést klientky samostatně.

5.6.3 Návrh marketingového mixu

Vzhledem k tomu, že předporodní kurzy jsou služba, je zapotřebí se zaměřit na níže uvedené části marketingového mixu. Návrh marketingového mixu pro potřeby zpracování podnikatelského plánu na založení předporodních kurzů bude zahrnovat 4P – produkt, cenu, konvenenci a marketingovou komunikaci.

PRODUKT

V případě předporodních kurzů jsou produktem poskytované služby porodní asistentkou. Tato služba bude zaměřena na poradenskou a edukační činnost poskytující informace z oblasti těhotenství, porodu a péče o novorozence a bude vedena formou přednášek na jednotlivá témata. Personálně je kurz zajištěn porodní asistentkou mající praxi v oboru.

Služba je orientována zejména na klientelu v Olomouckém kraji, konkrétně ve městě Prostějov.

Hlavním cílem poskytované služby předporodních kurzů je mapování potřeb a přání klientek a jejich partnerů a přizpůsobování se jejich pozitivnímu očekávání, které jim mají návštěvy kurzu přinést.

Úkolem kurzů je především předávání kvalitních a podstatných informací na všechny témata. Čím více budou klientky a jejich partneři vědět, tím větší získají jistotu a nebudou mít strach z neznámého. Díky návštěvám se dozví spoustu věcí a budou zodpovězeny všechny jejich dotazy. Jde o přípravu na změny, které těhotenství doprovázejí, na situace, se kterými se může rodička během svého porodu setkat a zásadním úkolem je příprava ženy na plnění její mateřské role.

Předporodní kurzy budou probíhat formou diskuse a besedy spojených s praktickým nácvikem. Porodní asistentka bude pracovat se skupinou těhotných a event. jejich partnerů, které se budou pravidelně setkávat v lekcích po 120 minutách. Kurzy budou probíhat v týdenních intervalech, event. dle osobní domluvy na individuálních konzultacích. Vzhledem k hlavnímu pracovnímu poměru porodní asistentky budou časy konzultací orientovány do odpoledních až podvečerních hodin.

Celý kurz lze absolvovat během tří týdnů, třemi návštěvami po dvou hodinách.

Témata jednotlivých lekcí předporodního kurzu:

1. lekce – úvod, obsah kurzu

- těhotenství, psychické a fyzické změny s ním spojené
- životospráva, zdravý životní styl, aktivní pohyb
- přehled jednotlivých vyšetření v průběhu těhotenství, povinná a doporučená
- komplikace v těhotenství

2. lekce – literatura na téma těhotenství, porod a novorozenec

- co si připravit doma na příchod miminka
- co si připravit na pobyt v porodnici
- aromaterapie v těhotenství

3. lekce – jak rozpoznat počátek začínajícího porodu

- psychologické metody tlumení bolesti
- chování rodičky, emoční krize při porodu
- význam zapojení otce u porodu

4. lekce - doby porodní, úlevové polohy a relaxační techniky

- poporodní poranění, operativní porod
- předčasný porod
- medikace u porodu, možnosti analgezie

5. lekce – kojení, strava kojící ženy, techniky správného kojení

- psychologie novorozence
- péče o novorozence po příchodu z porodnice, manipulace při přebalování a koupání, psychomotorický vývoj

6. lekce - sexualita po porodu, hygiena v šestinedělí

- psychika ženy v období šestinedělí
- poporodní deprese a psychóza

CENA

Pro stanovení ceny služby předporodních kurzů je uvažováno mezi konkurenčně orientovanou cenou a velikostí příspěvků poskytovaných jednotlivými pojišťovnami.

Cena konkurenčních předporodních kurzů je ve většině případů stanovena ve výši 100,- Kč. Minimální příspěvek poskytovaný zdravotními pojišťovnami je 500,- Kč. S ohledem na cenu konkurence a velikost příspěvků, se jeví jako vhodné stanovení ceny 90,- Kč za jednu absolvovanou lekci. Důvody pro toto cenové rozhodnutí jsou dva. Prvním důvodem je nižší cena oproti konkurenci, která může nalákat více klientek. A druhým důvodem je

výše celkové sumy při absolvování celého kurzu, která by činila 540,- Kč, což je přibližná částka jako minimum poskytovaného příspěvku zdravotní pojišťovnou.

V případě individuální lekce pro jednu klientku by cena kurzu byla stanovena ve výši 300,- Kč za 1 hodinu přednášky obsahující 2 tematické lekce.

Platba za poskytované služby bude od klientů vybírána v hotovosti před zahájením kurzu.

Kapacita kurzu je 10 - 13 klientek na konání jedné přednášky.

Tab. 8 Ceník poskytovaných služeb předporodních kurzů

Typ kurzu	Cena
Předporodní kurz – 1 lekce	90,-
Předporodní kurz kompletní – 6 lekcí	540,-
Individuální předporodní kurz	300,- hodina/ 900,-ind.kurz
Přítomnost partnera, blízké osoby	70,-

(vlastní zpracování)

KONVENIENCE

V tabulce jsou uvedeny časy probíhajících předporodních kurzů i vymezení hodin pro individuální lekce. Při vyšším počtu požadavků ze stran klientů může dojít k úpravě stávajících časů. Zpočátku budou kurzy probíhat dvakrát týdně, při navýšení klientely je možné otevření kurzu ještě v jiném čase. Objednávání bude probíhat na základě telefonické domluvy, či emailové korespondence.

Tab. 9 Časové rozmezí probíhajících kurzů

Den v týdnu	Hodina
Pondělí	17 – 19h
Čtvrtek	18 – 20h
Út, St, Pá <i>Individuální lekce</i>	Dle předchozí domluvy

(vlastní zpracování)

Místo poskytování

Pro vybavení prostor pro předporodní kurzy neexistuje jednotný předpis jednotného přístrojového a materiálního vybavení. To se liší dle finančních a prostorových možností. Prostory nemusí být vybaveny žádnou speciální technikou, ani zdravotnickou technikou pro momentální poskytování předporodních kurzů formou edukačních přednášek a besed.

Realizace kurzů bude probíhat v pronajatých prostorách Studia XY určených pro cvičení a masáže, které jsou již částečně vybaveny různými pomůckami použitelnými i pro eventuální cvičení pro těhotné v budoucnu, jako jsou gymnastické balóny, overbally a masážní pomůcky. Studio XY má příjemné, prostorné místnosti, které již při první návštěvě působí pozitivně a vzdušně.

Pronajaté prostory mají celkem tři místnosti a oddělené sociální zařízení. Vstupní hala sloužící jako čekárna a převlékárna, hlavní místnost na cvičení a realizaci kurzů a soukromá místnost pro lektory. Místnosti jsou dostatečně rozlehlé a prosvětlené.

Studio XY se nachází v centru města Prostějov, což mu umožňuje dobrou dostupnost. Vnější část budovy má dostatečný prostor pro vytvoření plakátového billboardu na využití reklamy pro nalákání nové klientely. U budovy se nachází parkoviště pro klienty (zdarma) a také okolí umožňuje dostatek parkovacích míst, která jsou během dne přístupná. Zastávka autobusů MHD se nachází ve vzdálenosti 350 metrů od objektu.

Materiální vybavení

Prostředí Studia XY by mělo stylově korespondovat s podstatou služeb předporodního kurzu, které budou nabízeny a poskytovány právě zde. Proto budou provedeny menší úpravy vybavení a pomůcek potřebných k praktickým ukázkám.

Z důvodu časové délky kurzu je potřeba zajistit těhotným klientkám komfort, proto pro sezení budou sloužit nově nakoupené speciální vaky. Vaky se dají různě polohovat a nastavit pomocí popruhů pro zafixování, což zajišťuje maximální pohodlí a relaxaci.

Pro možnost zapůjčení bude nakoupena knižní literatura na téma těhotenství, porod, šestinedělí, kojení a péče o novorozence.

Na jednotlivé lekce kurzu budou dále pořízeny pomůcky dle aktuálního tématu z vlastní výbavy porodní asistentky, které jsou potřebnou výbavou nastávajících maminek.

Pro pracovní účely bude poskytnut osobní počítač porodní asistentky, který bude využit zejména při aktualizaci internetových stránek, při komunikaci s klienty a úpravě fotografií pořízených z přednášek.

MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

Marketingová komunikace nově vznikajícího předporodního kurzu bude probíhat již před samotným zahájením kurzu, aby se zvýšila šance, že zákazníci budou přicházet hned po jeho otevření. Cílem této komunikace bude zajistit povědomí o existenci předporodních kurzů, získat zákazníky a postupně zvyšovat jejich počet. Marketingová komunikace bude vytvořena tak, aby byla zaměřena na správné cílové segmenty. V současné době lidé vyhledávají nejrůznější informace pomocí internetu, je to součást každodenního života téměř každého z nás. Nastávající maminky pátrají po informacích o lékařích, porodních asistentkách, porodnicích a předporodní přípravě. Stručné a pravdivé informace působí věrohodně a jsou prvním kontaktem s potenciálními klienty, proto je důležité je aktualizovat a odpovídat na případné dotazy.

Potenciální klienti budou osloveni pomocí těchto marketingových aktivit:

Zhotovení informačních letáků

Letáky budou umístěny převážně v čekárnách ambulancí praktických gynekologů po předchozí domluvě s lékařem. Dalším místem budou dětské kavárny, kde se setkávají maminky s dětmi a obchody s dětským zbožím.

Cílem těchto letáků bude u potenciálních zákazníků – těhotných a jejich partnerů – vzbudit zvědavost. Letáky budou obsahovat pouze stručný text, kontaktní údaje a jméno porodní asistentky.

Informační letáky budou navrženy a zpracovány pod dohledem porodní asistentky pomocí designového grafika pracujícího v reklamním studiu. Velikost letáku bude A5 a vzhled bude inspirován těhotenstvím a novorozenci.

Vytvoření letáků vyžaduje dílčí úkony, zde patří zejména grafický návrh, tisk hotových letáků a roznesení na patřičná místa. Jediný finančně náročný úkon je tisk, ostatní úkony budou provedeny bez úplaty porodní asistentkou a rodinným známým zabývajícím se grafickým designem.

Tab. 10 Akční plán „Zhotovení informačních letáků“

Cíl činnosti	Informovat veřejnost o předporodních kurzech v Prostějově a okolí
Hlavní činnost	Využití informačních letáků pro širokou veřejnost a jako nástroje reklamy
Podpůrná činnost	Zpracování, návrh a design vzhledu letáků
Odpovědnost	Porodní asistentka, designový grafik
Časová náročnost	1 týden
Náklady	Grafický návrh – 0,- Kč Tisk – 400,- Kč

(vlastní zpracování)

Realizace internetových stránek

Internetové stránky představují stěžejní nástroj marketingové komunikace, prostřednictvím kterého bude navázán kontakt s klienty.

Web bude spuštěn v říjnu 2016, před otevřením kurzu. Pravidelně zde budou přidávány aktuální informace a fotografie z kurzu. Součástí webu bude vytvořena diskuse pro nastávající maminky, kde budou moci konzultovat s porodní asistentkou případné dotazy.

Vzhled stránek bude inspirována těhotnými a novorozenci a designová úprava bude laděna do světlých pastelových barev.

Internetové stránky budou dostupné pod názvem Budemimi.cz a pro širší hledání budou dohledatelné pod zadáním vyhledávacího dotazu „předporodní kurzy Prostějov“.

Součástí webu budou jednotlivé odkazy pro konkrétní informace:

Odkaz „O mně“

Odkaz popisující osobu vedoucí předporodní kurzy, její vzdělání, praxe a zájmy. Zde se také klienti dočtou, proč došlo k založení předporodních kurzů a osobní doporučení, proč předporodní přípravu absolvovat. Dále budou přidány osobní fotografie porodní asistentky.

Odkaz „Náplň lekcí“

Pro přesnou představu o probíhajícím předporodním kurzu a jeho náplni, budou v tomto odkazu konkretizovány jednotlivé lekce obsahující popis toho, na co bude daná přednáška

zaměřena. Přidány budou fotografie různých pomůcek potřebných v době těhotenství, porodu, šestinedělí a při kojení, odkazy na jejich zakoupení a popřípadě ukázka použití.

Odkaz „Fotogalerie“

Fotogalerie bude obsahovat fotografie místa konání, nafocené jednotlivé místnosti a fotografie z přednášek s porodní asistentkou a klienty.

Odkaz „Ceník“

Ceník poskytovaných služeb předporodního kurzu bude sestaven podle tabulky č. 9.

Odkaz „Novinky“

V odkazu Novinek se klienti mohou pravidelně dočíst aktuální informace probíhajících kurzů a konkrétních lekcí. V průběhu roku 2017 budou nově otevřeny i kurzy cvičení a masáže pro těhotné a ženy po porodu, tato informace bude aktuálně uvedena v odkazu Novinek pro potencionální klienty. Webové stránky spolu s profilem na Facebooku budou hlavním sdělovacím prostředkem všech novinek a dění v předporodním kurzu.

Pravidelně budou do tohoto odkazu vkládány články na zajímavá a aktuální témata sepsána z odborné literatury a ověřených webových stránek.

Odkaz „Kontakty“

Klienti budou mít k dispozici pro kontaktování porodní asistentky telefonní číslo, emailovou adresu a adresu místa konání. V odkaze bude pro rychlou zprávu vytvořen tzv. kontaktní formulář, který bude vyžadovat jméno, email klienta a pro odeslání zprávy bude sloužit kolonka s odkazem Odeslat.

Tab. 11 Akční plán „Realizace internetových stránek“

Cíl činnosti	Informovat potencionální klienty o nabídce předporodních kurzů, o jejich průběhu a dalších souvisejících informacích
Hlavní činnost	Využití internetových stránek pro informování klientů a jako nástroje reklamy
Podpůrná činnost	Vytvoření diskuse pro klienty, prezentace
Odpovědnost	Porodní asistentka, designový grafik
Časová náročnost	2 týdny
Náklady	3 000,- Kč

(vlastní zpracování)

Reklama v regionálním tisku

Informace o předporodním kurzu budou publikovány v regionálním tisku pravidelně jedenkrát za dva týdny po dobu tří měsíců. Inzerce bude informovat o předporodních kurzech formou přednášek a názorných ukázek, bude uveden telefonický kontakt a odkaz na internetové stránky.

Tab. 12 Akční plán „Využití reklamy v regionálním tisku“

Cíl činnosti	Informovat potencionální klienty o předporodních kurzech v Prostějově
Hlavní činnost	Využití inzerce v regionálním tisku pro potencionální klienty z Prostějova a okolí
Podpůrná činnost	Vzhled inzerce, grafická úprava, umístění v tisku
Odpovědnost	Porodní asistentka
Časová náročnost	2 týdny
Náklady	500,- Kč

(vlastní zpracování)

Vytvoření vizitek

Vizitky budou sloužit zejména pro předání při osobním setkání s potenciálními klienty a budou rozmístěny na různých veřejně přístupných místech. Vizitky budou obsahovat telefonický a emailový kontakt, adresu konání, internetový odkaz na stránky předporodního kurzu a jméno porodní asistentky.

Tab. 13 Akční plán „Vytvoření vizitek“

Cíl činnosti	Informovat klienty o kontaktech a údajích předporodního kurzu
Hlavní činnost	Využití vizitek při osobním setkání s potencionálními klienty
Podpůrná činnost	Zvýraznění kontaktních údajů
Odpovědnost	Porodní asistentka
Časová náročnost	1 týden
Náklady	300,- Kč

(vlastní zpracování)

Založení profilu na sociální síti Facebook

Profil na Facebooku může pomoci k propagaci, zejména díky rychlému a dostupnému přenosu informací mezi uživateli. Vzhledem k tomu, že předporodní kurz je vhodný zejména pro prvorodičky, předpokládám, že většina žen v průměrné věkové kategorii od 25 – 35 let má a pravidelně využívá sociální síť.

Profil bude pravidelně aktualizován a postupně budou přidávány fotky z proběhlých předporodních kurzů. Dále bude profil využíván ke komunikaci s klienty pomocí zpráv a komentářů, které jsou součástí profilu.

Tab. 14 Akční plán „Založení profilu na sociální síti Facebook“

Cíl činnosti	Informovat potencionální a stálé klienty o dění na předporodním kurzu
Hlavní činnost	Prezentace předporodních kurzů na sociální síti a využití profilu jako nástroje reklamy
Podpůrná činnost	Aktualizace fotogalerie, rychlé a dostupné předávání informačních zpráv
Odpovědnost	Porodní asistentka
Časová náročnost	1 den
Náklady	0,- Kč

(vlastní zpracování)

5.7 Finanční plán

Při sestavování podnikatelského plánu je dobré mít představu o výši potřebných finančních prostředků pro pokrytí zejména vstupních nákladů a dalších náležitostí.

Finanční plán se zabývá přibližnému rozboru finančního hospodaření nově vznikajícího podnikání. Finanční rozbor uvádí vstupní náklady nutné pro rozjezd podnikání, zdroje financování všech aktivit, plán počátečních nákladů a výnosů a cash-flow.

5.7.1 Zdroje financování

Základní kapitál bude činit 50 000,- Kč a bude využit z vlastních zdrojů podnikatele. Tento základní kapitál bude sloužit k pokrytí vstupních nákladů a zbylá část jako finanční rezerva.

5.7.2 Vstupní náklady

Vstupní náklady zahrnují všechny náklady, které podnikateli vzniknou ještě před otevřením předporodních kurzů. Konkrétně se jedná o náklady na založení živnosti, náklady na marketingové aktivity a náklady na vybavení. Dále se jedná o náklady na nájemné, výlohy na telefon, internet a ostatní služby a finanční rezerva.

Tabulka 15 uvádí seznam úkonů nezbytných při založení živnosti a náklady s tím spojené.

Tab. 15 Náklady na založení živnosti

Placené úkony pro vznik živnosti	Cena v Kč
Výpis z živnostenského rejstříku	1000
Výpis z evidence Rejstříku trestů	100
Celkem	1100

(vlastní zpracování)

Tabulka 16 obsahuje přehled vybavení, které bude zakoupeno pro realizaci předporodních kurzů.

Tab. 16 Náklady na vybavení pro realizaci předporodních kurzů

Položka	Počet ks	Cena za ks v Kč	Cena celkem v Kč
Sedací vaky	10	600	6000
Psací stůl	1	1500	1500
Otočná židle	1	800	800
Edukační materiál	-	-	2000
Kancelářské potřeby	-	300	300
Hygienické potřeby	-	500	500
Tiskárna	1	1500	1500
Kojící polštář	2	500	1000
Mobilní telefon	1	0	0
Celkem			13 600

(vlastní zpracování)

Tabulka 17 rekapituluje jednotlivé nástroje marketingové komunikace sloužící k propagaci podniku.

Tab. 17 Náklady marketingových aktivit

Nástroj marketingové komunikace	Cena v Kč
Informační letáky	400
Internetové stránky	3 000
Regionální tisk	500
Vizitky	300
Facebook	0
Celkem	4200

(vlastní zpracování)

Následující tabulka 18 uvádí sumarizaci všech vstupních nákladů při založení předporodních kurzů formou edukačních přednášek.

Tab. 18 Celkové vstupní náklady

Vstupní náklady	Cena v Kč
Založení živnosti	1100
Marketingové aktivity	4200
Vybavení	13 600
Měsíční nájemné + energie	4 300
Telefonní paušál, Internet (měsíc)	600
Celkem	23 800

(vlastní zpracování)

5.7.3 Mzdové náklady

Vzhledem k hlavní pracovní činnosti porodní asistentky a odvádění zdravotního a sociálního pojištění z tohoto příjmu, nemusí odvádět zálohy na zdravotní a sociální pojištění při vedlejší výdělečné činnosti, pokud nepřekročí rozhodnou částku, která pro rok

2016 činila 64 813,- Kč. Rozhodná částka je zisk z vedlejší výdělečné činnosti. Jestliže zisk překročí zákonnou hranici, jsou stanoveny minimální zálohy.

Z důvodu uzavření dohody o provedení práce s externí účetní disponující na základě živnostenského oprávnění nebude nutno odvádět ze mzdy zdravotní a sociální pojištění. Za služby externí účetní bude na základě domluvy vyplácena jednorázová úhrada.

V případě zisku na konci roku, případně celá částka podnikateli. Z počátku podnikání je důležité pokrýt zejména vynaložené náklady na provoz podnikání.

5.7.4 Provozní náklady

Suma jednotlivých položek měsíčních provozních nákladů je uvedena v tabulce 19.

Tab. 19 Provozní měsíční náklady

Provozní náklady	Cena za měsíc v Kč
Nájemné + energie	4 300
Platba za telefon, internet	600
Marketingové aktivity (3 měsíce)	500
Celkem	5 400

(vlastní zpracování)

Výdaje za marketingové aktivity ve výši 500,- Kč, budou placeny po dobu prvních tří měsíců od začátku zahájení provozu podnikání. Poté budou provozní měsíční náklady činit 4 900,- Kč.

5.7.5 Výnosy

Pro výpočet z očekávaných měsíčních výnosů je potřeba vycházet z následujících informací:

- cena poskytovaných služeb,
- počet klientů normálního předporodního kurzu,
- počet klientů individuálního kurzu,
- počet hodin proběhlých lekcí.

Stanovení tržby

Pro stanovení tržby je počítáno s celkovým přehledem poskytovaných služeb, do kterého spadá Předporodní kurz pro samostatné klientky, Individuální příprava klientky a Přítomnost partnera na předporodním kurzu. Předpokládaná návštěvnost je orientační.

Stanovení celkové měsíční tržby předporodního kurzu je uvedena v tabulce 20.

Tab. 20 Stanovení měsíční tržby

Poskytovaná služba	Předpokládaná návštěvnost (měsíc)	Čas (měsíc)	Tržba v Kč (měsíc)
Předporodní kurz 3x 2 h	16	12 h	8 640
Individuální kurz 3x 1 h	2	6 h	1 800
Individuální lekce – 1 h	2	2 h	600
Přítomnost partnera 3x 2h	10	12 h	840
Celkem	30	20 h	11 880

(vlastní zpracování)

Stanovení tržby je odvozeno z *Ceníku poskytovaných služeb* uvedených v tabulce 8 v podkapitole 5.6.3 Návrh marketingového mixu.

V případě předporodního kurzu pro skupinu se jedná o předpokládanou návštěvnost 16 klientek za měsíc, které budou rozděleny do dvou současně probíhajících kurzů, teda 8 klientek na jeden kurz. Kurzy budou probíhat dvakrát týdně ve dvouhodinových lekcích. Počet lekcí kurzu je 6 a probíhají v dvou tematických úsecích. Celý kurz lze absolvovat během tří návštěv dvouhodinových lekcí v průběhu tří týdnů. V případě, že klientka nebude moci přijít na některou z hodin, je možné přijít do druhé skupiny klientek, popřípadě se domluvit na individuální lekci.

Předpokládaná návštěvnost individuálního kurzu jsou 2 klientky za měsíc, což je i maximální počet pro stanovení tohoto typu kurzu, z důvodu vytížení porodní asistentky v rámci hlavního pracovního poměru a probíhajícího běžného předporodního kurzu. Individuální kurz bude probíhat ve třech jednodinových lekcích pro každou klientku.

Současně s klientkami mohou kurz navštěvovat partneři, případně jiný doprovod. Předpokládaný počet partnerů byl stanoven na 10 klientů – 5 partnerů klientek na jeden

probíhající kurz, vzhledem k rostoucímu zájmu a angažovanost otců na přípravě před porodem.

5.7.6 Cash-flow

Pomocí výpočtu cash-flow je možné zjistit návratnost investic a celkový rozpočet za rok 2017. V níže uvedených tabulkách 21, 22, 23 je přehled cash-flow od ledna do prosince 2017.

V průběhu prvního roku se nepočítá s tím, že by byl podnikatel plátcem daně z přidané hodnoty. Podle zákona o dani z přidané hodnoty je podnikatel (fyzická nebo právnická osoba) povinen platit DPH, pokud uskutečňuje ekonomickou činnost a jeho obrat za 12 předcházejících měsíců přesáhne částku 1 000 000 Kč.

Povinná platba, je zejména dan z příjmů, která u tohoto typu živnostenského podnikání činí 15% a odečítá se ze základu daně, kterým je rozdíl mezi příjmy a výdaji za celý předchozí rok.

Jak bylo uvedeno v předchozích kapitolách, provoz předporodních kurzů bude zahájen v lednu 2017. Vstupní náklady podnikatel vynaloží ještě před zahájením, proto jsou uvedeny hned v lednovém přehledu. Výše vstupních nákladů činí 23 800,- Kč. Příjmy začne generovat již v lednu, neboť marketingová kampaň bude zahájena v říjnu předchozího roku.

Měsíční provozní náklady budou v únoru a březnu navýšeny o realizaci marketingových aktivit v podobě informační kampaně v regionálním tisku, budou činit 5 400,- Kč. V následujících měsících bude výše nákladů 4 900,-.

Měsíční příjmy byly stanoveny podle počtu klientů, který pokrývá zhruba 70% kapacity kurzu. Výše měsíčních příjmů činí 11 880,- Kč.

Tab. 21 Cash-flow předporodních kurzů leden – květen 2017

	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN	KVĚTEN
PŘÍJMY	11 880	11 880	11 880	11 880	11 880
VÝDAJE					
Na založení	1 100	0	0	0	0
Marketing	4 200	500	500	0	0
Vybavení	13 600	0	0	0	0
Nájem + energie	4 300	4 300	4 300	4 300	4 300
Telefon, internet	600	600	600	600	600
VÝDAJE CELKEM	23 800	5 400	5 400	4 900	4 900
Příjmy – Výdaje	-11 920	6 480	6 480	6 980	6 980
Dan z příjmů 15%	0	0	0	0	0

(vlastní zpracování)

Tab. 22 Cash-flow červen – říjen 2017

	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN
PŘÍJMY	11 880	11 880	11 880	11 880	11 880
VÝDAJE					
Na založení	0	0	0	0	0
Marketing	0	0	0	0	0
Vybavení	0	0	0	0	0
Nájem + energie	4 300	4 300	4 300	4 300	4 300
Telefon, internet	600	600	600	600	600
VÝDAJE CELKEM	4 900	4 900	4 900	4 900	4 900
Příjmy – Výdaje	6 980	6 980	6 980	6 980	6 980
Dan z příjmů 15%	0	0	0	0	0

(vlastní zpracování)

Tab. 23 Cash-flow listopad – prosinec 2017, celkový rozpočet

	LISTOPAD	PROSINEC	CELKEM ROK
PŘÍJMY	11 880	11 880	142 560
VÝDAJE			
Na založení	0	0	1 100
Marketing	0	0	5 200
Vybavení	0	0	13 600
Nájem + energie	4 300	4 300	51 600
Telefon, internet	600	600	7 200
VÝDAJE CELKEM	4 900	4 900	78 700
Příjmy – Výdaje	6 980	6 980	63 860
Dan z příjmů 15%	0	0	9 579
ZISK			54 281

(vlastní zpracování)

Tabulka 23 uvádí celkovou sumu příjmů, výdajů a rozdíl mezi nimi. Základ pro výpočet daně z příjmů tedy činí 63 860,- Kč. Dan z příjmů se rovná částce 9 579,- Kč. Z uvedených hodnot byl vypočten konečný zisk 54 281,- Kč.

Při stanovené ceně služeb a dané poptávce po předporodních kurzech, lze již v prvním roce podnikání dosáhnout zisku.

5.8 Organizační a personální plán

Založení podnikatelské činnosti a volba právní formy podnikání

Předporodní kurzy budou založeny jako podnikání fyzické osoby na základě živnostenského oprávnění pro poradenskou činnost. Provozování tohoto podnikání bude realizováno jedním vlastníkem za účelem vedlejší výdělečné činnosti.

Důležité kroky pro založení podnikání:

- podepsání nájemní smlouvy nebo prohlášení o existenci nájemního vztahu,
- vyplnění Jednotného registračního formuláře na živnostenském úřadě, získání živnostenského oprávnění na poradenskou činnost,

- přihlášení registrované činnosti na finančním úřadě, daňové identifikační číslo DIČ,
- oznámení začátku podnikání na sociálním odboru a na zdravotní pojišťovně.

Zálohy na sociální pojištění u vedlejší OSVČ

U vedlejší samostatné výdělečné činnosti placení záloh závisí na výši dosažených příjmů po odpočtu výdajů v kalendářním roce, za který se pojistné platí (tzv. rozhodné částce). Pro rok 2016 je výše rozhodné částky rovna 64 813 Kč. Pokud této částky podnikatel nedosáhne, nemá ze zákona povinnost platit pojistné.

Zdravotní pojištění u podnikání při zaměstnání

OSVČ, která je zároveň zaměstnaná a zaměstnání je hlavním zdrojem příjmů (jako hlavní zdroj příjmů by měl být určen vyšší příjem), nemusí podle zákona platit zálohy na zdravotní pojištění a pojistné zaplatí po podání daňového přiznání podle výše vypočtené v přehledu o příjmech a výdajích.

Důvody pro výběr zvolené právní formy

Z důvodu přihlédnutí k velikosti a rozsahu podnikání není nutné momentálně volit jinou právní formu podnikání. Vzhledem k požadovaným kritériím nově vznikajícího podniku a charakteristice oboru, ve kterém se podnik nachází, je zvolený typ podnikání odpovídající. Provozování předporodních kurzů formou poradenské činnosti nespadá do poskytování zdravotních služeb, není potřeba sestavovat provozní řád a mít splněny technické a věcné požadavky k danému druhu poskytování kurzů.

Do budoucna je na zvážení založení jiné právní formy, a to při rozšíření předporodních kurzů a cvičení a masáže. V tomto případě by bylo vhodnou zvolenou formou podnikání založení společnost s ručením omezeným.

Požadovaná kritéria společnosti:

- jeden vlastník firmy,
- minimální ručení podniku,
- minimální vložení základního kapitálu.

Náročnost založení všech typů obchodních korporací a fyzické osoby je popsána a shrnuta v tabulce 24 pomocí jednotlivých faktorů.

Tab. 24 Náročnost procesu založení jednotlivých typů podnikání

Právní forma podnikání	Základní kapitál	Administrativa	Náročnost založení	Počet zakladatelů	Danové zatížení
OSVČ	0Kč	2	2	1	15%
s.r.o.	1Kč	3	3	1	19%
a.s.	2 mil. Kč	5	4	1	19%
v.o.s	0Kč	4	4	2	19%
k.s.	0Kč	4	4	2	19%

Hodnocení kategorií Administrativa a Náročnost založení byla hodnocena na základě subjektivního názoru na stupnici od 1 do 5. (1 – nejsnadnější, 5 – nejsložitější)

(vlastní zpracování)

Název společnosti

Název společnosti byl zvolen v souladu s nabízenými službami. Z důvodu jednoduchého zapamatování a používání názvu na propagačních materiálech byl zvolen název Budemimi.

Jedná se o spojení dvou slov - „bude“ a „mimi“. Budoucí čas v názvu značí očekávání, těšení se na příchod miminka.

Personální zajištění

Předporodní kurzy bude vést a převážnou většinu činností bude zajišťovat sám podnikatel z důvodů maximalizace snížení nákladů v začátcích podnikání. K zajištění kvality poskytovaných služeb bude vedení kurzů probíhat pod dohledem vysokoškolsky vzdělané porodní asistentky v oboru porodní asistence s čtyřletou praxí. Porodní asistentka bude dále zajišťovat koordinaci vnitřního chodu společnosti, administrativní funkci a všechny ostatní náležitosti nutné k chodu podnikání, jako je např. propagační činnost.

Garancí odborné způsobilosti k provozování poradenské činnosti v oblasti těhotenství, porodu a šestinedělí je dále absolvování odborných a vzdělávacích seminářů v rámci celoživotního vzdělávání na široké spektrum témat z oboru porodní asistence.

V případě neschopnosti porodní asistentky nebude momentálně fungovat zástup pro klienty, ale bude provedena náhrada neproběhlých lekcí v jiném termínu.

Pro externí práci bude vybrán účetní, který bude mít zodpovědnost za vyhotovení příslušných finančních výkazů za zdaňovací období. Práce účetního pracovníka bude sjednána na základě dohody o provedení práce. Úhrada ze služby účetní bude provedena jednorázově z finanční rezervy podnikání.

6 RIZIKOVÁ ANALÝZA

Podnikatelský plán na založení privátní praxe je stejně jako ostatní podnikatelské záměry vystaven určitým rizikům, která mohou mít negativní dopad na průběh fungování. Je důležité tato rizika identifikovat, zhodnotit jejich závažnost a navrhnout případná opatření, jak je eliminovat.

Ve spojitosti s podnikáním v oboru porodní asistence byla identifikována níže uvedená rizika.

- **Riziko 1** **Nezájem klientů o předporodní kurzy.**
- **Riziko 2** **Nedostatek finančních prostředků.**
- **Riziko 3** **Vstup konkurence na místní trh.**
- **Riziko 4** **Změny v legislativě.**
- **Riziko 5** **Zvýšení zájmu klientů o substituty.**

Pravděpodobnost vzniku a stupeň dopadu rizika v rámci vytvářeného podnikatelského plánu jsou uvedeny v tabulce 25. Identifikovaná rizika jsou zařazena do skupin podle pravděpodobnosti jejich vzniku. Další zařazení je dle stupně dopadu rizika. Výsledek hodnot jednotlivých rizik je jejich násobkem.

Tab. 25 Riziková analýza podnikatelského plánu

RIZIKO	Pravděpodobnost			Stupeň dopadu			Výsledek
	Nízké 0,1	Střední 0,3	Vysoké 0,5	Nízké 0,3	Střední 0,5	Vysoké 0,7	
Riziko 1	X					X	0,07
Riziko 2		X			X		0,15
Riziko 3		X		X			0,09
Riziko 4		X			X		0,15
Riziko 5	X				X		0,05

(vlastní zpracování)

Tab. 26 Zhodnocení závažnosti rizik podnikatelského plánu

Stupeň rizika	Interval	Riziko
Nízký	0 – 0,12	1, 3, 5
Střední	0,13 – 0,24	2
Vysoký	0,25 - 0,35	žádné

(vlastní zpracování)

Aktivita s nízkou mírou rizika

Nezájem klientů o předporodní kurzy představuje nízké riziko s malou pravděpodobností vzniku. Malá poptávka může být zapříčiněna nedostatečným počtem klientů, malou kupní silou nebo neochotou se věnovat edukaci v oblasti těhotenství.

Vstup konkurence na místní trh je riziko se střední pravděpodobností vzniku a nízkým stupněm dopadu. Po příchodu konkurenta na místní trh budou mít stávající a potenciální zákazníci možnost výběru, což může mít za následek úbytek části klientů. Pro co nejmenší dopad tohoto rizika je zapotřebí efektivně propagovat předporodní kurzy, poskytovat kvalitní služby, analyzovat spokojenost zákazníků a na základě výsledků se orientovat na jejich potřeby, a touto cestou si zákazníky udržet.

Zvýšení zájmu klientů o substituty se vyznačuje nízkým rizikem vzniku a středním stupněm dopadu. V případě, že potenciální klienti dají přednost substitutům v různé podobě, je důležité přesvědčit tuto část klientely o výhodách absolvování těhotenských kurzů a možnosti řešit aktuální informace a dotazy s porodní asistentkou.

Aktivita se střední mírou rizika

Nedostatek finančních prostředků spadá do kategorie střední. Mezi mnohé situace zodpovědné za tento faktor patří snížení poptávky, potřeba navýšení investic do vybavení prostor, zrušení proplácení příspěvků od zdravotních pojišťoven a další.

Změny v legislativě jsou středním rizikem. Nejvyšším rizikem v této kategorii by bylo uzákonění povinnosti poskytovatelů poradenských služeb v oblasti těhotenství vést tyto kurzy jako zdravotní službu. To by mělo dopad zejména na daňové zatížení, administrativní povinnosti a vyřízení spousty formálních náležitostí a dokladů.

7 ČASOVÁ ANALÝZA

V rámci časové analýzy byl sestaven harmonogram činností vedoucí ke vzniku nového podnikání od sumarizace informací k založení činnosti po zahájení podnikání. Harmonogram je rozdělen do tří fází realizačního procesu, které se sestavují z fáze přípravy, fáze realizace a fáze vyhodnocení.

7.1 Fáze přípravy

Součástí fáze přípravy je získání co nejvíce potřebných informací k založení podnikatelské činnosti v oboru porodní asistence. Podnikání je zaměřeno zejména na poradenskou a edukační činnost pro těhotné a jejich partnery. Veškeré kroky k založení budou sepsány a shrnuty v podnikatelském plánu pro lepší orientaci a vyhodnocení možných rizik daného podnikání.

Pro účel a smysl předporodního kurzu bude určena náplň jednotlivých lekcí kurzu z edukačního materiálu a vlastních zkušeností porodní asistentky. Inspirací budou dále dotazy a prosby klientek kurzů v průběhu již samotné realizace.

Postupně dojde ke všem nutným intervencím vedoucích k založení podnikání, ke kterým patří sumarizace informací k založení podnikání, sestavení podnikatelského plánu, určení podoby předporodních kurzů, vyřízení živnostenského listu, realizace marketingových aktivit, nastěhování vybavení do Studia XY a konečným krokem bude samotné zahájení podnikání.

Souhrn všech jednotlivých kroků přípravné fáze podle času je popsáno v tabulce 27.

Tab. 27 Časový harmonogram přípravné fáze založení předporodních kurzů

Název činnosti	Časový údaj
Sumarizace informací k založení podnikatelské činnosti	Červen 2016
Sestavení podnikatelského plánu	Červenec 2016
Určení podoby předporodních kurzů	Září 2016
Vyřízení živnostenského listu	Říjen 2016
Realizace marketingových aktivit	Říjen 2016
Nastěhování vybavení do prostor Studia XY	Prosinec 2016
Zahájení provozu	Leden 2017

(vlastní zpracování)

7.2 Fáze realizace

Zahájení provozu předporodních kurzů se plánuje na leden 2017. Kromě administrativních povinností spadající pod práci porodní asistentky, jež jsou nutné k provozu živnostenského podnikání, bude součástí realizační fáze průběh poskytovaných služeb.

Prvotním krokem bude navázání kontaktu s klientkami, které se o předporodních kurzech dozví z internetu, z regionálního tisku, Facebooku, informačních letáků, či z doslechu.

Realizace poskytovaných služeb předporodního kurzu

1. Navázání kontaktu

První kontakt bude navázán telefonicky nebo emailem. Při rozhovoru nebo korespondenci budou získány základní informace o klientce, jméno, stupeň těhotenství a kontaktní údaje. V případě zájmu klientky o návštěvu předporodního kurzu jí bude oznámen termín zahájení a místo konání předporodního kurzu, event. bude domluven termín individuální návštěvy.

2. Provedení služby

Na základě dohody bude klientce poskytnut produkt, který si v nabídce služeb vybrala. Před zahájením první lekce bude provedeno vyúčtování a bude vybrána platba v hotovosti. Klientce bude předán příslušný doklad o zaplacení.

3. Zhodnocení poskytovaných služeb klientkou

Hodnocení ze stran klientek bude probíhat formou krátkého dotazníku zaměřeného na spokojenost s průběhem kurzu. Cílem zhodnocení poskytovaných služeb bude reflexe zaměřená na zlepšení, změnu nebo rozšíření kurzu.

Tab. 28 Časový harmonogram realizační fáze předporodních kurzů

Název činnosti	Časový údaj
Navázání kontaktu	Maximálně 1 týden
Provedení služby	3 týdny
Zhodnocení služeb	-----

(vlastní zpracování)

7.3 Fáze vyhodnocení

Výstupem poskytovaných poradenských a edukačních služeb pro těhotné a jejich partnery je informovaná, spokojená klientka bez známek úzkosti a strachu z porodu.

Porodní asistentka bude pravidelně provádět záznam z kurzu formou rekapitulace zahrnující informace o skupině klientek, probraných tématech a nejčastějších dotazech.

Celkové vyhodnocení služeb bude realizováno průběžně během roku v čtyřměsíčních intervalech. Vyhodnocení bude probíhat na základě dotazníkového šetření, vlastní sebereflexe porodní asistentky a počtu klientek absolvujících předporodní kurz.

Tab. 29 Časový harmonogram vyhodnocovací fáze předporodního kurzu

Název činnosti	Časový údaj
Dotazníkové šetření	Celoročně
Vyhodnocení	4x ročně

(vlastní zpracování)

8 KONTROLA IMPLEMENTACE PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Cílem podnikatelského plánu bude založení předporodních kurzů formou edukační a poradenské činnosti ve městě Prostějov pro těhotné v různém stupni gravidity. Podnikání bude založeno porodní asistentkou, která má vzdělání a praxi v oboru, jako vedlejší výtěžná činnost. Hlavním důvodem pro založení podnikatelské činnosti a otevření předporodních kurzů byla nedostatečná nabídka tohoto typu vzdělávání těhotných a seberealizace samotné porodní asistentky, která vidí v setkávání s těhotnými možnost, jak získat další zkušenosti a vědomosti v oblasti těhotenství, porodu a péči o dítě.

Malá nabídka na trhu je i předpokladem dostatečné návštěvnosti kurzu, která do šesti měsíců od zahájení provozu naplní kapacitně kurz z 90-ti %. Zpočátku provozu se počítá s návštěvností kolem 70-ti %. K dosažení tohoto cíle bude sloužit i realizace různých marketingových aktivit podrobně popsanych v marketingovém plánu.

Typ podnikání pro tuto činnost byla zvolena živnost z důvodu nejméně náročného procesu při založení a administrativních povinností v průběhu provozu. Provozní doba kurzů byla navržena do podvečerních hodin, z důvodu zaměstnání porodní asistentky. Zvolená doba byla zhodnocena jako dostupná pro většinu klientek, zaměstnaných i nezaměstnaných. Cena celého předporodního kurzu byla nastavena podle konkurenčních cen a jedná se o částku, která je přibližně stejná jako příspěvek zdravotních pojišťoven.

Hlavní motivací klientek by především mělo být chuť se vzdělávat. Cena by v tomto ohledu neměla být, až tak rozhodující. Dalším motivačním prvkem by měl být zdravý životní styl a angažovanost na průběhu těhotenství a porodu klientek a jejich partnerů. Smyslem předporodních kurzů je především rozvíjení informovanosti u žen před porodem, které má umožnit a dosáhnout u většiny klientek zejména dostatečné edukace a tím snížení úzkosti z porodu a poporodního období. Toho bude dosaženo díky rozdělení témat na jednotlivé lekce, které budou obsahovat všechny podrobné a praktické informace. Výhodou kurzu budou praktické ukázky a zpětné dotazy od klientek, kdy v průběhu celého kurzu dojde k prodiskutování všeho podstatného.

Odlišností od ostatních kurzů bude možnost navštěvovat individuální lekce. Tento typ kurzu si najde takové zákazníky, pro které bude výhodou volba času a intenzivní věnování porodní asistentky jen dané klientce. Průběh individuálního typu lekcí bude více orientován na přání a osobní charakteristiku klientky, či páru.

Jako součást kurzu bude do budoucna možnost návštěvy porodního sálu v Nemocnici Prostějov. Součástí naplnění tohoto cíle bude spolupráce porodní asistentky s vedením gynekologicko-porodního oddělení. Realizace bude probíhat telefonickým nahlášením a následnou domluvou na konkrétním čase, kdy bude moci návštěva proběhnout.

Rozšíření nabídky služeb předporodního kurzu o cvičení a masáže bude dalším cílem, kterého bude dosaženo po absolvování odborného vzdělávacího kurzu. Doplnění kurzů o jiné služby bude nejen nový zdroj financí, ale také možnost seberealizace porodní asistentky. Motivací pro realizaci tohoto cíle je osobní rozšíření portfolia porodní asistentky a možnost nabízet kompletní nabídku služeb těhotným, která bude zahrnovat jak psychickou, tak fyzickou přípravu před porodem.

ZÁVĚR

Hlavním cílem diplomové práce bylo zpracování podnikatelského plánu na založení privátní praxe porodní asistentkou se zaměřením na edukační a poradenskou činnost pro těhotné v různém stupni gravidity ve městě Prostějov a okolí a zhodnocení možnosti výdělků v oboru porodní asistence.

V teoretické části byla z dostupných literárních zdrojů zpracována témata týkající se podnikání, podnikatelského plánu, kompetencí porodních asistentek a možností podnikání v oboru porodní asistence. Praktická část se zabývala zpracováním podnikatelského plánu, jehož součástí bylo i provedení vnější analýzy města Prostějova pomocí SLEPT a Porterovy analýzy. Souhrn příležitostí a hrozeb z vnějšího okolí byl popsán ve zkrácené OT analýze. Dalšími kroky sestavení podnikatelského plánu bylo zpracování jednotlivých plánů zaměřených na marketingové aktivity, finance, organizaci a personální zajištění. Podnikatelský plán byl podroben časové a rizikové analýze. Byla provedena kontrola implementace.

Provedené analýzy ukázaly nedostatečné pokrytí trhu v oblasti poradenství pro těhotné, obzvláště v oblasti individuálních lekcí, které jsou poskytovány pouze jedním centrem. Je možné, že právě tento typ poradenství bude atraktivní zejména z důvodu flexibilního stanovení času a dne, kdy bude kurz probíhat.

Zpracovaný podnikatelský plán dále ukázal, že při stanovených nákladech a předpokládané poptávce, je možné dosáhnout zisku již v prvních měsících podnikání. Pro pokračování v úspěšné činnosti bude do budoucna důležité vybudovat si dobré jméno a pověst, osobní doporučení bude důležitou součástí rozšíření klientely. Existence předporodního kurzu bude závislá také na konkurenceschopnosti vůči ostatním poskytovatelům a zájmu klientů o poskytované služby.

Jedná se o nabídku předporodních kurzů ve skupině nebo individuální formou, které si najdou své klienty vzhledem k demografickému vývoji a vzestupné tendenci podílení se samotných rodičů na průběhu předporodní péče a porodu. Z pohledu těhotných by hlavní motivací mělo být sebevzdělávání v oblasti těhotenství, porodu a šestinedělí, aby nedošlo k případným komplikacím, kterým lze v mnohých případech předcházet.

Vzhledem k zvyšování věku prvorodiček by mělo být tendencí pojištěn poskytování příspěvků na tyto kurzy, jelikož vyšší věk je rizikovým faktorem a díky absolvování kurzů psychoprofylaktické přípravy je možné některá rizika eliminovat.

Hlavní přínos práce vidím v možnosti pro těhotné z Prostějova a okolí navštěvovat předporodní kurz, který bude obsahovat všechny důležitá témata, díky kterým budou ženy dostatečně informovány a eliminují se případné obavy a strach z průběhu těhotenství a porodu.

Podnikání v oboru porodní asistence není v České Republice ničím neznámým, otázkou zůstává, proč podmínky a kompetence porodních asistentek nejsou širší a více využitelné v soukromém sektoru, když primární a poporodní péče je důležitou etapou v životě ženy a porodní asistentky mohou toho všeho být součástí.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BAŠKOVÁ, M., 2015. Metodika psychofyzické přípravy na porod. 1. vyd. Praha: Grada, 112 s. ISBN 978-80-247-9728-1.
- BLAŽKOVÁ, M., 2005. *Jak využít internet v marketingu*. 1. vyd. Praha: Grada, 156 s. ISBN 80-247-1095-1.
- ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A. a KEŘKOVSKÝ, M., 2014. *Business plan*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 211 s. ISBN 978-80-7400-511-4.
- KORÁB, V., PETERKA, J. a REZNÁKOVÁ, M., 2008. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- KUTNOHORSKÁ, J., CICHÁ, M. a GOLDMANN, R., 2011. *Etika pro zdravotně sociální pracovníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 192 s. ISBN 978-80-247-3843.
- MANDER, R., 2014. *Těhotenství, porod a bolest*. 1. vyd. Praha: Triton, 313 s. ISBN 978-80-7387-810-8.
- McKEEVER, M., 2007. *How to write a business plan*. 8th edition. NOLO, 273 s. ISBN 978-4133-0562-3.
- PETŘÍK, T., 2005. *Ekonomické a finanční řízení firmy. Manažerské účetnictví v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 372 s. ISBN 80-247-1046-3.
- RATISLAVOVÁ, K. 2008. *Aplikovaná psychologie porodnictví*. 1. vyd. Reklamní atelier Area, 106 s. ISBN 978-80-254-2186-4.
- SOUČEK, Z. a BURIAN, J., 2006. *Strategické řízení zdravotnických zařízení*. 1. vyd. Praha: Professional, 196 s. ISBN 80-86946-18-5.
- SRPOVÁ, J. et al., 2010. *Základy podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- SRPOVÁ, J., SVOBODOVÁ, I., SKOPAL, P. a ORLÍK, T., 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 200 s. ISBN 978-80-247-4103-1.
- ŠIMAN, J. a PETERA, P., 2010. *Financování podnikatelských subjektů. Teorie pro praxi*. Praha: C. H. Beck, 192 s. ISBN 978-80-7400-117-8.
- VEBER, J. et al., 2008. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. vyd. Praha: Grada, 320 s. ISBN 978-80-247-2409-6.

WESTWOOD, J., 2006. *How to write a marketing plan*. 3th edition. London: Kogan Page, 129 s. ISBN 978-0-7494-4554-6.

ZLÁMAL, J., 2006. *Marketing ve zdravotnictví*. Vyd. 1., Brno: NCO NZO, 150 s. ISBN 80-7013-441-0.

ELEKTRONICKÉ ZDROJE

ČESKO, 1991. Zákon č. 455/1991 ze dne 2. října 1991 o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. Částka 87, s. 2122 – 2160, [cit. 2016-04-29]. Dostupné z: http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/SearchResult.aspx?q=87&typeLaw=zakon&what=Cislo_castky&stranka=3

ČESKO, 2012. Zákon č. 90/2012 ze dne 25. ledna 2012 o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích). In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. Částka 34, s. 255 [cit. 2016-04-29]. Dostupné z: http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/SearchResult.aspx?q=34&typeLaw=zakon&what=Cislo_castky

ČESKO, 2004. Zákon č. 96/2004 ze dne 4. února 2004 o podmínkách získávání a uznávání způsobilosti k výkonu nelékařských zdravotnických povolání a k výkonu činnosti souvisejících s poskytováním zdravotní péče a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o nelékařských zdravotnických povoláních). In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. Částka 30, s. 96 [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/SearchResult.aspx?q=30&typeLaw=zakon&what=Cislo_castky&stranka=2

ČSSZ., ©2016. *Definice a druhy SVČ*. [online]. [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://www.cssz.cz/cz/pojisteni-osvc/druhy-svc/>

ČSSZ., ©2016. *Rozdělení SVČ*. [online]. [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://www.cssz.cz/cz/pojisteni-osvc/druhy-svc/>

ČSÚ.CZ, ©2016. *Databáze demografických údajů za obce ČR*. [online]. [cit. 2016-05-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/databaze-demografickyh-udaju-za-obce-cr>

ČSÚ.CZ, ©2016. *Chytré telefony zvyšují počet uživatelů internetu*. [online]. [cit. 2016-05-31]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/chytre-telefony-zvysuji-pocet-uzivatelu-internetu>

ČSÚ.CZ, ©2016. *Obyvatelstvo*. [online]. [cit. 2016-05-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xm/obyvatelstvo-xm>

MZČR.CZ, ©2010. *Zdravotní pojištění*. [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: http://www.mzcr.cz/Legislativa/obsah/zdravotni-pojisteni_1791_11.html

MZČR.CZ, ©2010. *Porodní asistence*. [online]. [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: http://www.mzcr.cz/dokumenty/kdo-je-porodni-asistentka-a-jak-se-stat-porodni-asistentkou-_9078_3076_3.html

UNIPA.CZ, ©2016. *Práce porodní asistentky* [online]. [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://www.unipa.cz/index.php/component/content/article/2-uncategorised/37-jak-se-stat-komunitni-porodni-asistentkou>

ÚZIS.CZ, ©2010-2016. *Výdaje na zdravotnictví*. [online]. [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: <http://www.uzis.cz/category/tematicke-rady/ekonomika-financni-analyzy/vydaje-na-zdravotnictvi>

ÚZIS.CZ, © 2015. *Výdaje na zdravotnictví 2010 – 2014* [online]. [cit. 2016-05-31]. Dostupné z: <http://www.uzis.cz/rychle-informace/vydaje-na-zdravotnictvi-2010-2014>

VZP.CZ, © 2016. *Přehled příspěvků VZP pro rok 2016*. [online]. [cit. 2016-05-31]. Dostupné z: <http://www.prispevky.cz/pojistovny/vzp/prehled-vzp>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Č.	číslo
ČR	Česká Republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská Unie
Obr.	Obrázek
OK	Olomoucký kraj
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
PA	Porodní asistentka
Sb.	Sbírka
SMART	Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Timeable
SVČ	Samostatně výdělečná činnost
Tab.	Tabulka

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1 Služby jednotlivých předporodních kurzů</i>	52
<i>Tab. 2 Rivalita mezi konkurenčními firmami</i>	53
<i>Tab. 3 Hrozba substitutů</i>	54
<i>Tab. 4 Hrozba vstupu nových konkurentů</i>	55
<i>Tab. 5 Vyjednávací pozice dodavatelů</i>	55
<i>Tab. 6 Vyjednávací síla kupujících</i>	56
<i>Tab. 7 Schéma OT analýzy</i>	57
<i>Tab. 8 Ceník poskytovaných služeb předporodních kurzů</i>	64
<i>Tab. 9 Časové rozmezí probíhajících kurzů</i>	64
<i>Tab. 10 Akční plán „Zhotovení informačních letáků“</i>	67
<i>Tab. 11 Akční plán „Realizace internetových stránek“</i>	68
<i>Tab. 12 Akční plán „Využití reklamy v regionálním tisku“</i>	69
<i>Tab. 13 Akční plán „Vytvoření vizitek“</i>	69
<i>Tab. 14 Akční plán „Založení profilu na sociální síti Facebook“</i>	70
<i>Tab. 15 Náklady na založení živnosti</i>	71
<i>Tab. 16 Náklady na vybavení pro realizaci předporodních kurzů</i>	71
<i>Tab. 17 Náklady marketingových aktivit</i>	72
<i>Tab. 18 Celkové vstupní náklady</i>	72
<i>Tab. 19 Provozní měsíční náklady</i>	73
<i>Tab. 20 Stanovení měsíční tržby</i>	74
<i>Tab. 21 Cash-flow předporodních kurzů leden – květen 2017</i>	76
<i>Tab. 22 Cash-flow červen – říjen 2017</i>	76
<i>Tab. 23 Cash-flow listopad – prosinec 2017, celkový rozpočet</i>	77
<i>Tab. 24 Náročnost procesu založení jednotlivých typů podnikání</i>	79
<i>Tab. 25 Riziková analýza podnikatelského plánu</i>	81
<i>Tab. 26 Zhodnocení závažnosti rizik podnikatelského plánu</i>	82
<i>Tab. 27 Časový harmonogram přípravné fáze založení předporodních kurzů</i>	84
<i>Tab. 28 Časový harmonogram realizační fáze předporodních kurzů</i>	85
<i>Tab. 29 Časový harmonogram vyhodnocovací fáze předporodního kurzu</i>	85

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1 Proces strategického řízení</i>	<i>18</i>
<i>Obr. 2 Porterův model pěti sil</i>	<i>20</i>
<i>Obr. 3 Schématické znázornění podnikatelského plánu</i>	<i>22</i>
<i>Obr. 4 Znázornění právních forem podnikání</i>	<i>28</i>

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1 Obyvatelstvo v OK 2007 - 2015</i>	<i>42</i>
<i>Graf 2 Živě narození, zemřelí a přirozený přírůstek (úbytek) obyvatel v OK 2015</i>	<i>43</i>
<i>Graf 3 Struktura rodiček podle vzdělání ČR v roce 2012.....</i>	<i>44</i>
<i>Graf 4 Průměrná hrubá měsíční mzda v krajích ČR 2015</i>	<i>47</i>
<i>Graf 5 Podíl nezaměstnaných v OK a ČR v letech 2005 - 2015</i>	<i>48</i>

