



Zemědělská
fakulta
Faculty
of Agriculture

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH **ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA**

Katedra krajinného managementu

Bakalářská práce

Podnikatelský záměr: Penzion při Biofarmě Rašovice

Autorka práce: Gráfová Pavla

Vedoucí práce: Ing. Monika Březinová Ph.D.

Konzultant práce: Ing. Tomáš Borkovec

České Budějovice
2022

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem autorem této kvalifikační práce a že jsem ji vypracovala pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu použitých zdrojů.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne
Podpis

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá tvorbou podnikatelského záměru na založení penzionu k biofarmě. Práce je rozdělena do dvou částí literární přehled a aplikační část.

V literárním přehledu jsou definovány jednotlivé pojmy podnikatelského záměru a pojmů co k podnikatelskému záměru patří.

V aplikační části je vypracovaný podnikatelský záměr na penzion k určité biofarmě. Jsou zde použity analytické metody jako: SWOT analýza a Fullerův trojúhelník.

Klíčová slova: Podnikatelský záměr, podnikatel, podnik, podnikání, fyzická osoba, právnická osoba, SWOT analýza, BCG matice.

Abstract

The bachelor's thesis deals with the creation of a business plan for the establishment of a pension for an organic farm. The work is divided into two parts: a literature review and an application part.

The literature review defines the individual concepts of the business plan and the terms that belong to the business plan.

In the application part, a business plan for a boarding house for a certain organic farm is developed. Analytical methods such as: SWOT analysis and Fuller's triangle are used here.

Keywords: Business plan, entrepreneur, enterprise, business, natural person, legal entity, SWOT analysis, BCG matrix.

Poděkování

Na tomto místě bych ráda vyjádřila své poděkování vedoucí práce Ing. Monice Březinové Ph.D. za cenné rady, věcné připomínky a za odborné vedení této bakalářské práce. Zároveň děkuji všem a hlavně rodině, kteří mě během studia podpořili.

Obsah

Úvod.....	8
1 Literární přehled.....	9
1.1 Vymezení základních pojmů	9
1.1.1 Podnikatel.....	9
1.1.2 Podnik	9
1.1.3 Podnikání.....	10
1.1.4 Druhy podnikání – právní formy podnikání.....	10
1.2 Podnikatelský plán.....	13
1.2.1 Co je to podnikatelský plán.....	14
1.2.2 Funkce podnikatelského plánu.....	15
1.2.3 Požadavky na podnikatelský plán	15
1.2.4 Struktura podnikatelského plánu.....	15
1.2.5 Popis částí podnikatelského plánu	16
1.3 Agroturistika.....	19
1.4 Analytické metody.....	19
1.4.1 SWOT analýza	19
1.4.2 Fullerův trojúhelník faktorů SWOT matice	20
1.4.3 BCG matice.....	21
1.5 Možné financování podnikatelského záměru	22
1.5.1 Využití dotací.....	22
1.5.2 Úvěrové možnosti	23
2 Metodika	26
2.1 Cíl práce.....	26
2.2 Zdroje informací.....	26
2.3 Metodika práce	26
3 Představení biofarmy Rašovice.....	27

4	Vlastní práce.....	30
4.1	Podnikatelský záměr.....	30
4.2	Cíl, vize a mise	30
4.2.1	Cíl.....	30
4.2.2	Vize	30
4.2.3	Mise.....	31
4.3	Představení podniku	32
4.3.1	Aktuální stav farmy.....	32
4.3.2	Stav po realizaci podnikatelského záměru	32
4.3.3	Právní forma.....	32
4.4	Nabídka/produkty	33
4.4.1	Ubytovací služby.....	33
4.4.2	Stravovací služby	33
4.4.3	Doplňkové služby a produkty	34
4.5	Trh a konkurence	36
4.5.1	Trh.....	36
4.5.2	Konkurence	36
4.6	Zákazník, komunikační strategie, propagace	37
4.7	Cenová politika – zisk, financování	39
4.7.1	Předpokládaný zisk a obsazenost penzionu	39
4.7.2	Financování, výběr a splácení úvěru.....	39
4.8	Finanční plán – náklady a výnosy	40
4.8.1	Počáteční náklady na realizaci	40
4.8.2	Měsíční náklady na provoz	40
4.8.3	Roční náklady na provoz.....	41
4.8.4	Hospodářský výsledek	41
4.9	Personální obsazení firmy	42

4.9.1	Klíčoví zaměstnanci penzionu	42
4.9.2	Organizační struktura zaměstnanců penzionu.....	42
4.10	Plán realizace	43
4.11	Analytické metody	44
4.11.1	SWOT analýza	44
4.11.2	Fullerův trojúhelník faktorů SWOT matice	45
	Závěr	47
	Seznam použité literatury.....	48
	Seznam obrázků	51
	Seznam tabulek	52
	Seznam použitých zkratk.....	53

Úvod

Správné zpracování podnikatelského záměru je důležitý bod v podnikání. Hlavním důvodem pro správné zpracování je získání finančních prostředků pro realizaci, ať už se jedná o získání úvěru, dotace nebo financování díky investorům. Dalším důvodem může být i zmapování všech potřebných podkladů a z toho i závěr, který ukáže, jestli má podnikatelský záměr smysl realizovat. Po realizaci může sloužit i k porovnání původního plánu a skutečnosti.

V dnešní době vstoupit do podnikatelského světa je velice obtížné, je zde mnoho negativních okolností, které mohou podnikání narušit. V posledních letech je to epidemie koronaviru a v posledních pár měsících zase zvyšování veškerých cen zboží a služeb. Konkurence v ubytovacích službách je vysoká, proto je důležité nabídnout neobvyklou, jedinečnou službu a zaujmout potencionální zákazníky svojí nabídkou a kvalitní reklamou.

Cílem této bakalářské práce je vypracování podnikatelského záměru na penzion, který bude rozšířením portfolia služeb a nabídky k již už fungující biofarmě. Důležitou myšlenkou je také osvěta ekologického zemědělství a kvalitních bio potravin lidské společnosti. Také je dobré zmínit jaké zdravotní benefity mohou biopotraviny mít, jak je ekologické zemědělství důležité a hlavně šetrné k životnímu prostředí.

Práce je rozdělena do několika částí, v teoretické části jsou charakterizovány jednotlivé pojmy a problematiky potřebné k vytvoření podnikatelského záměru a jednotlivé části záměru. V praktické části je představena biofarma a je vytvořen samostatný návrh podnikatelského záměru. Jsou zde uvedeny všechny potřebné informace a analýzy.

1 Literární přehled

1.1 Vymezení základních pojmů

1.1.1 Podnikatel

Dle zákona je považován za podnikatele ten, kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo podobným způsobem se zá-
měrem dosažení zisku (Eliáš a Svatoš 2021).

Další definice podnikatele zní – Osoba, která při realizaci podnikatelské činnosti
zhodnocuje vlastní kapitál a současně podstupuje riziko ztráty. Osoba, která je schopna
rozpoznat podnikatelskou příležitost, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k do-
sažení stanovených cílů a je ochotna podstupovat odpovídající riziko.

Za podnikatele se považuje osoba zapsaná v obchodním rejstříku, osoba, která
podniká na základě živnostenského oprávnění (Zichová, 2008).

Téměř všechny definice podnikání se shodují v tom, že jde o druh jednání,
který zahrnuje:

- 1) chopení se iniciativy,
- 2) organizování a reorganizování sociálně-ekonomických me-
chanismů za účelem přeměny zdrojů a situací v praktický výsle-
dek,
- 3) zakalkulování rizika neúspěchu (Hisrich a Peters, 1996).

Podnikatel realizuje podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlast-
ního kapitálu, rozpoznává příležitosti a zdroje, které využívá k dosažení odpovídají-
címu zisku. Podnikatelé se vyskytují všude – v oblasti vzdělávání, medicíny, vý-
zkumu, práva, architektury, řízení, sociální péče i distribuce (Eliáš a Svatoš, 2021,
Verber a Srpová, 2005).

1.1.2 Podnik

Existuje řada definic, ale záleží na hledisku, ze kterého se posuzuje:

Ekonomické hledisko – Podnik je subjekt, ve kterém dochází ke změně vstupů ve
statky (zdrojů ve výstupy).

Právnícké hledisko – Podnik je soubor hmotných a nehmotných složek podnikání.
K podniku patří věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli
a slouží k provozu podniku, nebo ke své povaze mají tomuto účelu sloužit
(Zichová, 2008).

1.1.3 Podnikání

Přestože definicí je celá řada, téměř všechny se shodují na tom, že podnikání je jednání, které má společné rysy:

- 1) novost,
- 2) organizování,
- 3) kreativitu,
- 4) blahobyt či bohatství,
- 5) přejímání rizika (Zichová, 2008).

Interpretace podnikání:

Ekonomické pojetí – Je to dynamický proces, zapojí se ekonomické zdroje a jiné aktivity tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota.

Psychologické pojetí – Podnikání je činnost motivovaná ziskem, něco splnit, něčeho dosáhnout.

Sociologické pojetí – Podnikání znamená vytváření blahobytu pro všechny. Hledání cesty k dokonalému využití zdrojů.

Právnícké pojetí – Soustavná činnost prováděná samostatně, na vlastní jméno a odpovědnost za účelem získání zisku (Veber a Srpová, 2005).

1.1.4 Druhy podnikání – právní formy podnikání

Fyzická osoba

Fyzická osoba může podnikat jako osoba zapsaná v obchodním rejstříku, osoba podnikající na základě živnostenského podnikání, zvláštních předpisů (advokát, lékař, auditor), osoba provozující zemědělskou výrobu, zapsaná do evidence podle zákona.

Nejrozšířenějším způsobem podnikání je živnost, provozovaná na základě živnostenského listu, viz živnost níže (Zemánek a Lacina, 2011).

Živnost

Je soustavná činnost vykonávaná samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost. Účelem je dosažení zisku, a to vše za podmínek stanovených zákonem.

Znaky živnostenského podnikání jsou: soustavná činnost, samostatnost, pod vlastním jménem, vlastní odpovědnost, účel dosažení zisku, dodržování podmínek živnostenského zákona. Živnostenské oprávnění získáme na živnostenských úřadech (Zichová, 2008).

Dělení živností:

- 1) Živnost ohlašovací – tato živnost se ohlásí, podmínky pro provozování jsou způsobilost k právním úkonům bezúhonnost, plnoletost.
 - a) Řemeslná – K této živnosti je potřeba odborná způsobilost, například být vyučen anebo mít šestiletou praxi v konkrétním oboru. Jako příklad může být servis silničních vozidel, nástrojářství, kovářství, zlatnictví atd.
 - b) Vázaná – Zde nestačí jen výuční list, zde musí být vyšší odborná způsobilost. Patří sem autoškoly, oční optiky, celá řada manuálních profesí.
 - c) Volná – Živnost volná je jen jedna, ale dělí se na 80 oborů. Živnostník má tedy sice oprávnění na jedinou volnou živnost, ale zároveň může vykonávat několik oborů najednou. I když pro výkon živnosti volné není zapotřebí odborná či jiná způsobilost, přesto podnikatel bude muset úřadu nahlásit, jaký obor z živnosti volné vykonává.
- 2) Živnost koncesovaná – koncesní živnost se úřadu neohlašuje, ale žádá se o ni. Muže to být směnářská činnost, taxi služby a další (Zemánek a Lacina, 2011, Podnikatel.cz).

Právnícká osoba

Je uměle vytvořený subjekt, v právním vztahu jedná jako člověk, v obchodním zákoníku jsou definovány jako osobní a kapitálové obchodní společnosti a družstva.

Základní typy právníckých osob:

1. Osobní
 - a) veřejná obchodní společnost (v.o.s.)
2. Kapitálové
 - a) společnost s ručením omezením (s.r.o.)
 - b) akciová společnost (a.s.)
3. Hybridní
 - a) komanditní společnost (k.s.)
4. Družstva

(Zemánek a Lacina, 2011)

Veřejná obchodní společnost (V.O.S)

Veřejná obchodní společnost je společnost minimálně dvou osob založená společenskou smlouvou. Společníci se účastní na jejím podnikání a správě majetku. Mezi

hlavní znaky patří: společníkem může být fyzická i právnická osoba, neomezeně dluží za dluhy společnosti, účast společníků na jejím podnikání nebo správě majetku.

V.O.S. není povinna vytvářet minimální základní vklad, ale může být dán společenskou smlouvou. Zisk se dělí podle vkladů, pokud jsou určeny, vše je dáno společenskou smlouvou.

Práva a povinnosti společníka jsou osobní účast na podnikání společnosti, dobrovolná vkladová povinnost, mají právo na podíl zisku, vypořádací podíl na likvidačním zůstatku. Dále může společník nahlížet do všech dokladů společnosti a kontrolovat je a je oprávněn se domáhat u soudu za společnost proti jinému společníkovi náhrady újmy.

Statutárním orgánem jsou všichni společníci a tento orgán zastupuje společnost. Nejvyšší orgán jsou také všichni společníci, rozhodují o určitých záležitostech, které jsou dány zákonem nebo společenskou smlouvou (Moravec a Andreisová, 2021, Josková a Pravda, 2014).

Komanditní společnost (K.S.)

KS je společnost s minimálně dvěma společníky založena společenskou smlouvou. Jeden společník ručí za dluhy společnosti celým svým majetkem (komplementáři) a alespoň jeden společník ručí za dluhy společnosti omezeně (komandista). Tato společnost může být založena za účelem podnikání, ale také za účelem správy svého majetku. Počáteční vklad této společnosti zde není určen.

Statutárním orgánem společnosti jsou všichni komplementáři, společenská smlouva určí, zda to budou všichni komplementáři nebo ne. Nejvyšším orgánem jsou všichni společníci (Josková a Pravda, 2014).

Společnost s ručeným omezeným (S.R.O.)

Společníci mohou být právnické i fyzické osoby. Jedná se o kapitálovou společnost a to znamená, že zde musí být minimální vklad a to je 1 Koruna česká.

Mezi hlavní znaky patří: stačí účast jedné osoby, společníkem může být fyzická i právnická osoba, zakládá se společenskou smlouvou nebo zakladatelskou listinou (když společnost zakládá jedna osoba). Za závazky společnosti ručí společníci společně a nerozdílně do výše svého vkladu (Mirčevská, 2009).

Společnost s ručením omezením vytváří dva orgány: Valnou hromadu (společníci jsou zde osobně anebo v zastoupení) a jednatele a ti jsou statutárním orgánem společnosti (zajišťují obchodní vedení, a řídí podnikatelskou činnost) (Josková a Pravda, 2014).

Akciová společnost (A.S)

A.S. je společnost, která vytváří základní kapitál v minimální výši 2 miliony korun českých (80 000 eur). Muže být založena i jedním akcionářem. Pokud akcionář splatil svůj vklad, je společnost povinna vydat mu akcie.

Mezi orgány společnosti patří valná hromada, je to nejvyšší orgán společnosti, řídí společnost, akcionáři jsou zde osobně nebo v zastoupení. Dualistický systém: Představenstvo je výkonným orgánem, jedná se o statutární orgán, který zastupuje společnost, náleží mu obchodní vedení. Dozorčí rada je řídicí orgán, členové se volí a odvolávají valnou hromadou. Monistický systém: Správní rada je výkonným orgánem, postavení se blíží dozorčí radě, má tři členy. Statutární ředitel je statutárním orgánem, je pouze jeden a musí se jednat o fyzickou osobu, jmenuje ho správní rada (Josková a Pravda, 2014).

Družstvo

Družstvo je podnikatelský subjekt, který je ovlivněn a řízen lidmi, kteří v družstvu pracují. Je to společenství neuzavřeného počtu osob, ale minimálně musí mít alespoň tři členy. Družstvo se zakládá přijetím stanov a minimální vklad zde není určen. Nejčastějším typem družstev jsou bytové, sociální.

Orgány družstva jsou členská schůze, představenstvo a kontrolní orgány. Nejvyšším orgánem je členská schůze, rozhoduje o zásadních otázkách družstva. Představenstvo zastupuje družstvo a má minimálně tři členy. Kontrolním orgánem je kontrolní komise, která má také minimálně tři členy (Josková a Pravda, 2014).

1.2 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán má hlavní význam při zakládání, rozšiřování podniku, našeho podnikatelského záměru. Rozhoduje o cestě k budoucímu úspěchu. Důkladné vypracování by mělo být největší prioritou. Také je pro zakladatele firmy/podniku ústřední řídicí dokument.

Plán slouží k uspořádání a představení podnikové koncepce, stanovení přesných cílů, strategií a opatření. Je nástrojem pro srovnávání plánu a reality, když plánované obraty, náklady a finanční příjmy nesedí s původním plánem musejí se hledat příčiny a konkrétní slabá místa (Wupperfeld, 2003).

1.2.1 Co je to podnikatelský plán

Jedním z prvních kroků při zakládání nebo rozšiřování podniku je vypracování podnikatelského záměru/plánu. Je to podrobný plánovací dokument, může jít o zcela nové založení podniku, nebo rozšíření či diverzifikaci fungujícího podniku (Hingston, 2002).

Na začátku každého podniku/podnikání je, že zakladatel objevil příležitost, kterou jiní přehlédli, nebo že dokáže udělat něco lépe, tedy lepším způsobem než dosavadní dodavatelé (Barrow, 1996).

V oblasti podnikání, při zakládání podniků je kladen důraz na podnikatelský plán s ohledem na podnikatelské vzdělávání a školení, financování od externích investorů, soutěže podnikatelských plánů. V mnoha studiích známých podnikatelů, vzdělavatelů byla formulace podnikatelského plánu identifikována jako nejdůležitější rys jakéhokoliv podnikatelského programu nebo kurzu (Ferreir a Gondin, 2017).

U podnikatelského plánu je vhodné si odpovědět na základních 6 otázek:

1) Proč projekt vzniká a co od něj čekáme?

Je třeba začít vysvětlením, proč projekt vzniká, jaký má smysl a jaké jsou jeho cíle.

2) Kdo je zákazníkem a proč u něj projekt uspěje?

Nemělo by chybět, kdo je zákazníkem, jaké má potřeby a problémy a jaké mu má projekt nabídnout řešení.

3) Jak na tom všem vyděláme?

Pokud má plán fungovat dlouhodobě, musí být postaven kolem funkčního business modelu (je potřeba vědět, jakou hodnotu bude pro zákazníka vytvářet).

4) Co je třeba kdy udělat?

Rozepsání jednotlivých aktivit v čase, které nás dovedou k jednotlivým cílům.

5) Kde na to všechno vezmeme zdroje?

Dle rozepsaných aktivit v čase se ukáže, kdy budeme za co utrácet a jaké bude projekt generovat příjmy.

6) Kdo za projektem stojí?

Jestli se dá celému záměru a plánu věřit, to bude záviset i na tom, jací lidé za projektem stojí a jaké mají předpoklady, aby ho úspěšně zrealizovali (Konečný, 2017).

1.2.2 Funkce podnikatelského plánu

Vytváření podnikatelského plánu je důležitým krokem pro podnikatele, nikde zákon ani vyhláška neříká, že je to povinné. To je důvod, proč to mnoho podnikatelů ignoruje.

Organizovaná společnost s podrobnými plány a dobře definovanými strategiemi bude pravděpodobněji připravena na rozvoj podnikání a růst než společnost bez podnikatelského plánu. Ve skutečnosti je dobrý podnikatelský plán více než jen dokument o firmě, je to účinný obchodní nástroj, který má mnoho výhod (Evans).

1.2.3 Požadavky na podnikatelský plán

Zpracovaný podnikatelský záměr by měl mít určité požadavky. Musí být stručný a přehledný, jednoduchý a nesmí se zacházet do technických a technologických detailů. Je vhodné, aby se orientoval do budoucnosti, a ne na to, čeho už firma dosáhla. Věrohodnost a realističnost je na místě, být příliš pesimistický anebo naopak optimistický nevzbuzuje u čtenáře důvěryhodnost. Nesmějí se zakrývat slabá místa a rizika projektu, upozorňujeme na konkurenční výhody a silné stránky. Můžeme prokázat schopnost firmy hradit úroky a splátky. Je třeba uvést, že kvalita zpracování projektu po formální stránce je důležitá, ale nezaručuje úspěch projektu (Fotr, 1999).

1.2.4 Struktura podnikatelského plánu

- 1) Podnikatelský záměr – cíl, vize, mise
- 2) Představení podniku
- 3) Nabídka/produkty
- 4) Trh a konkurence
- 5) Zákazník, komunikační strategie, propagace
- 6) Cenová politika
- 7) Personální obsazení firmy
- 8) Finanční plán
- 9) Náklady a výnosy
- 10) Plán realizace

11) Analytické metody

12) Přílohy

(Kolektiv pracovníků JHK, 2017)

1.2.5 Popis částí podnikatelského plánu

1) Podnikatelský záměr – cíl, vize, mise

Mise je poslání firmy neboli účel firmy, proč byla firma založena. Poslání určuje podstatu podnikání a nastavuje procesy, které vedou k zákazníkovi a přidávají mu hodnotu. Někdy je posláním firmy jen maximalizovat profit a návratnost vloženého kapitálu. Firmy jsou založeny kvůli zisku, ale je vhodné jim dát nějakou specifickou myšlenku, poslání, kterou podnikání realizuje.

Vize vyjadřuje obraz budoucnosti, vize znamená stav společnosti, který chceme vidět a začít v časovém okamžiku v budoucnosti. Čím podrobněji je vize zpracována, tím více ji chce podnik dosáhnout. Měla by obsahovat: co se bude nabízet, na jakém trhu, pro jaké zákazníky, s jakým ziskem a tržním podílem a za jakou cenu a v jaké kvalitě.

Vize má většinou dvě verze: krátkou marketingově orientovanou a podrobnou kvalifikovanou zprávu.

Cíle rozvíjejí a konkretizují vizi firmy, především její dlouhodobou vizi. Cíle vychází z analýzy současného stavu, ale jsou především zaměřeny na budoucnost. Cíle se dělí na:

- cíle pro oborovou pozici, jako tržní podíl,
- cíle pro vlastníky firmy, návratnost kapitálu,
- cíle pro zákazníky, kvalita služeb,
- cíle pro zaměstnance, seberealizace, motivace, odměna,
- cíle pro investory/věřitele, zhodnocení majetku...

(Janišová a Křivánek, 2013)

2) Představení podniku

V této kapitole se představí firma/podnik, uvedou se osobní i profesní předpoklady pro podnikatelský záměr (Kolektiv pracovníků JHK, 2017).

3) Nabídka/produkty

Zde se charakterizuje, co se bude nabízet/prodávat a v čem je to unikátní. Jaký problém či potřebu zákazníka se nabídkou uspokojí. Je vhodné zde popsat jedinečnost, řešení

či postupy k zákazníkovi a proč by si to zákazník měl „koupit právě u nás“ (Kolektiv pracovníků JHK, 2017).

4) Trh a konkurence

Trh je upořádání, kde na sebe působí prodávající a kupující zároveň. To vede ke stanovení cen a množství komodit. Trh je systém vztahů mezi kupujícím a prodávajícím, které vznikají při směně zboží či služeb a tvorbě cen. Na trhu se střetává nabídka a poptávka.

Trh se dá vysvětlit třemi pojetími:

První hledisko – trh je jako prostor pro směnu zboží (Smith, Say, Ricardo, Marshall)

Druhé hledisko – trh je jako metafora, ceny jsou stanoveny vně trhu držitelem (Walras, Knight, Hahn, Debrer)

Třetí hledisko – trh je jak proces, fyzický prostor, kde se odehrávají procesy (Schumpete, Mises, Hayck, Kirzner) (Hučka et al., 2021, Hrbová a kol., 2015)

Konkurence je důležitým faktorem pro každý podnik/firmu. Je důležité identifikovat konkurenty, shromáždit si o nich co nejvíce informací, analyzovat je a snažit se získat konkurenční výhodu. Měli by se srovnávat silné a slabé stránky konkurence s naším podnikem (Jakubíková, 2012).

5) Zákazník, komunikační strategie, propagace

Zákazníci jsou alfou omegou podnikání. Je to jeden z nejdůležitějších faktorů. Zákazníci tvoří trh (spotřebitelské, průmyslové, obchodní). Zákazníci se dělí na finální spotřebitele (jednotlivci, domácnosti, neziskové organizace) a na výrobní, obchodní a jiné organizace.

Komunikační strategie se dělí na globální (používají firmy globálně) a adaptační (přizpůsobují se podmínkám trhů). Cílem komunikace je informovat, přesvědčovat, připomínat a navazovat vztah se zákazníkem (Jakubíková, 2012).

Propagace označuje celý soubor činností, které ukazují uživateli produkt či službu. Cílem je přimět zákazníka ke koupi, přednostně před ostatními produkty. Existuje několik propagačních typů. Propagace zahrnuje, ocenění, reklamu, tiskové zprávy, spotřebitelské propagace a dále slevy. Podpora prodeje je součástí celkového úsilí o propagaci (Economictimes.cz).

6) Cenová politika

Cena je klíčová pro úspěch celého záměru. Dobře stanovená cena zákazníka neodradí a pokryje veškeré náklady a vygeneruje zisk. Proto jí propočítáváme a poté i porovnáváme s konkurencí (Kolektiv pracovníků JHK, 2017).

7) Personální obsazení firmy

Personální politika je jednou z nejnáročnějších manažerských činností. Když už práci podniků nezvládají majitelé, vedení, musí se ohlédnout po zaměstnancích na trhu práce (Zemánek a Lacina, 2011).

„V každém podniku jsou 3 skupiny lidí. 1. Aktivní lidé – vydělávají nejen na svoji mzdu, ale svými osobními schopnostmi tvoří zisk. 2. Neutrální lidé – vykonávají práce tolik, co zaplatí jejich mzdu. 3. Pasivní lidé – nevytvoří svoji práci ani tolik hodnoty, ab pokryli svoji mzdu, anebo ještě přinášejí svoji přítomností podniku škodu.

O úspěchu podniku rozhoduje výše převahy lidí aktivních nad neutrálními a pasivními“ (Tomáš Baťa).

8) Finanční plán

Finanční plán nám ukazuje podnikatelský záměr v číselné podobě, prokazuje reálnost z ekonomického hlediska. Do finančního plánu patří například: plán nákladů, plán výnosů, plánovaná rozvaha, finanční analýza, bod zvratu, plán financování. V případě začínající firmy se musí počítat s počátečními náklady (Srpková et al., 2011).

9) Náklady a výnosy

Výnosy jsou výsledkem podnikání vyjádřené v penězích za určité období (měsíc, pololetí, rok). Je důležité rozlišovat příjmy a výnosy – příjmy jsou peněžní částky, které firma získala za prodané výrobky nebo služby.

Náklady jsou spotřeba výrobních prostředků vyjádřené v penězích. Jsou vynakládány účelně a hospodárně, náklady nejsou to samé, co výdaje. Výdaje jsou úbytek peněžních prostředků firmy. Výdaj se stane nákladem, když vstoupí do tvorby výrobku nebo služby (Srpková et al., 2011).

10) Plán realizace

Realizační fáze začíná rozhodnutím o přijetí projektu, následuje zpracování technické dokumentace, uzavírání kontraktů, investiční výstavba, zahájení provozu. Tyto fáze obsahují desítky dílčích procesů, které se musí vzájemně koordinovat, aby dosáhli cíle.

Realizační plán se dá chápat jako sled jednotlivých událostí v čase. Sestaví se časový harmonogram všech jednotlivých činností. Musíme si určit milníky, již chceme dosáhnout, termíny jejich dosažení (Fotr, 1999, Srpová et al., 2011).

1.3 Agroturistika

Agroturistika je forma venkovského cestovního ruchu, kterou provozují zemědělské podnikatelé. Specifikem jsou turistické či rekreační pobyty na farmách (statcích, hospodářských usedlostech), kde dochází k bezprostřednímu kontaktu s přírodou a autentickou kulturou. Charakteristickými znaky jsou aktivní odpočinek, relaxace a poznání atmosféry venkova. Jde o produkt trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu (Eagri.cz).

1.4 Analytické metody

1.4.1 SWOT analýza

Vhodným nástrojem v rámci analýz je SWOT analýza. Je to zkratka počátečních písmen čtyř anglických slov – strengths, weaknesses, oportunities a threats. Tuto analýzu vyvinul a poprvé použil americký poradce a konzultant v oblasti obchodu a managementu Albert S. Humphrey mezi lety 1960-1970. Tato analýza zkoumá vzájemné vztahy výsledků externích a interních analýz (Srpová et al., 2011).

SWOT analýza je rozdělena do čtyř segmentů, kterými jsou silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Silné a slabé stránky jsou jednou kategorií a příležitosti a hrozby druhou. V segmentu silných a slabých stránek by se majitelé podniků měli zaměřit na vnitřní aspekty svého podnikání. Pro sekci příležitostí a hrozeb je to místo, kde majitel podniku zkoumá své vnější prostředí (Borosky, 2019).

Silné stránky vám pomáhají posilovat pozici na trhu. Umožňují identifikovat oblasti, v nichž je vaše firma. Slabé stránky jsou pravým opakem silných. Zahrnují oblasti, kde si vaše firma vede hůře než konkurenti. Příležitosti představují externí skutečnosti, které mohou firmě přinést úspěch, pokud je dokáže identifikovat a správně využít. Patří sem například technologický vývoj, nenaplněné potřeby zákazníků,

módní trendy, daňové úlevy, či oborové standardy. Hrozby zahrnují skutečnosti, které mohou snížit poptávku, zapříčinit nespokojenost zákazníků, nebo dokonce ohrozit ekonomickou stabilitu firmy. Typickými hrozbami jsou například aktivity konkurentů, změny zákaznických preferencí, živelní pohromy, nebo zavádění regulačních opatření a obchodních bariér (Čevelová, 2011).

Důležité je sledovat dění uvnitř i vně svého podnikání/byznysu a umět na ně reagovat. Je vhodné využít nabídnuté příležitosti při preferenci vlastních předností, je vhodné eliminovat slabiny (Zámek a Lacina, 2011). Také je vhodné se ujistit, zda používáme vizuálně přitažlivý formát, odrážky a vždy mít alespoň dvakrát tolik silných stránek a příležitostí ve srovnání se slabými stránkami a hrozbami (Borosky, 2019).



Obrázek 1.1: SWOT analýza (Fotopulos.net, 2011)

1.4.2 Fullerův trojúhelník faktorů SWOT matice

Fullerův trojúhelník je metoda párového porovnávání. Fullerův trojúhelník má několik modifikací, může se zjišťovat počet preferencí k ostatním kritériím souboru. Znamená to tedy trojúhelníkové schéma. Ve kterém jsou vyznačeny dvojice, každé kritérium je porovnáno s každým. Z každé dvojice, co se porovnává se vybere jedno kritérium, které je důležitější, poté se sečtou jednotlivá kritéria, je vybráno to nejlepší, nakonec se vyhodnotí, proč toto určité kritérium je na prvním místě (Fotr, 2006).

Zde je ukázán příklad toho, jak Fullerův trojúhelník vypadá:

Tabulka 1.1: Fullerův trojúhelník faktorů SWOT matice (Vlastní zpracování)

K1	K1	K1	K1	K1
K2	K3	K4	K5	K6
	K2	K2	K2	K2
	K3	K4	K5	K6
		K3	K3	K3
		K4	K5	K6
			K4	K4
			K5	K6
				K5
				K6

Zde je vytvořena hodnotící tabulka F. trojúhelníku a jsou zde vyznačeny faktory, které byly upřednostněny nejvíce před ostatními.:

Tabulka 1.2: Hodnocení - Fullerův trojúhelník faktorů SWOT matice (Vlastní zpracování)

Faktor	K1	K2	K3	K4	K5	K6
Počet preferencí	4	2	2	2	2	3

1.4.3 BCG matice

Tato analytická metoda je založena na posouzení dvou základních kritérií hodnocení situace na trhu: 1. Růst trhu (dynamika trhu), 2. Relativní podíl výrobků firmy/SBU na daném trhu (Červený et al., 2014).

Matice BCG (Bostonská matice) od skupiny BOSTON CONSULTING (matice BCG) pomáhá s dlouhodobým strategickým plánováním. Podniku pomáhá zvážit příležitosti růstu, zkoumá své portfolio produktů, rozhodne, kam investovat, ukončit nebo vyvinout produkty. Také se nazývá Growth/Share Matrix (Růstová/Sdílená matice) (Barksdale a Harris, 1982).

		Relativní podíl na trhu	
		vysoký	nízký
Růst trhu	vysoký	HVĚZDY (STARS)	PROBLÉMOVÉ DĚTI (PROBLEM CHILDREN)
	nízký	DOJNÉ KRÁVY (CASH COWS)	PSI (DOGS)

Obrázek 1.2: BCG matice (Červený et al., 2014)

Hvězdy – Podnik by se měl snažit udržet tyto výrobky/produkty/služby v popředí a rozvíjet je. Udržení a zlepšení pozice je finančně náročné, ale prodej těchto hvězd přináší značné finanční prostředky. „Je vhodné snažit se v tomto kvadrantu uchytit.“

Dojné krávy – Dále se finančně nepodporují, pouze se sklízí zisky z prodejů. „Bedlivě zvažovat, zda se vynaložené náklady spojené se vstupem na daný trh skutečně vyplatí.“

Problémové děti (otazníky) – Podnik se snaží zlepšit tržní pozici, to ale znamená značné peněžní úsilí, nebo uvažuje o odchodu z této tržní části. „Do tohoto trhu raději nevstupovat.“

Psi (bídící psi) – tržní pozice je slabá a růst trhu je nízký. Investovat finanční prostředky do zlepšení pozice na trhu je zbytečné, uvažuje se o stažení z trhu. „Do tohoto trhu v žádném případě nevstupovat“ (Červený et al., 2014).

1.5 Možné financování podnikatelského záměru

1.5.1 Využití dotací

Program Expanze – úvěry

Programové období: 2014-2020

Operační program: Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost

Prioritní osa: Rozvoj podnikání a konkurenceschopnosti malých a středních podniků

Zahájení příjmu žádostí: 28.4.2017

Ukončení příjmu žádostí: 30.6.2023

Máme zde dva typy úvěrových programů:

1) Standartní úvěr

Tento program má usnadnit malým a středním podnikatelům a získat výhodněji úvěry na zahájení anebo rozvoj jejich podnikání. Projekty lze realizovat kdekoliv na

území České republiky a musí být spolufinancován komerčním úvěrem některého ze smluvních partnerů Národní rozvojové banky.

- Celá ČR kromě hlavního města Prahy
- Výše úvěru 1-45 mil. Kč
- Výše úvěru 45 % (bezúročný úvěr je do výše 45 % způsobilých výdajů)
- Doba splatnosti až 10 let
- Úroková sazba a poplatky 0 % a 0 Kč
- Program je určen pro malé a střední podnikatele, kteří působí v oblastech: ubytování, stravování, pohostinství, doprava a skladování, maloobchod, velkoobchod a další.
- Úvěr se dá využít – pořízení strojů a zařízení, rekonstrukci budov využívané k podnikání, k pořízení technologie, programů, licencí a softwaru.

2) ZPA – ještě výhodnější úvěry

Realizace tzv. zvláštních podporovaných aktivit (ZPA) v programu Expanze-úvěry přináší malým a středním podnikatelům úvěr od komerčních bank a dalších úvěrujících institucí za výhodnějších podmínek než standardní úvěr z tohoto programu.

- Celá ČR kromě hlavního města Prahy
- Výše úvěru až 60 mil. Kč
- Výše úvěru 45 % (bezúročný úvěr je do výše 45 % způsobilých výdajů)
- Doba splatnosti až 10 let
- Úroková sazba a poplatky 0 % a 0 Kč
- Program je určen pro malé a střední podnikatele, kteří působí v oblastech: ubytování, stravování, pohostinství, doprava a skladování, maloobchod, velkoobchod a další.
- Úvěr se dá využít – pořízení strojů a zařízení, rekonstrukci budov využívané k podnikání, k pořízení technologie, programů, licencí a softwaru.

(NRB.cz)

1.5.2 Úvěrové možnosti

Vedle půjček pro soukromé osoby nabízejí banky speciální úvěry pro OSVČ, podnikatele a firmy. Banky ale nabízejí také řadu dalších úvěrových produktů, například kontokorentní úvěry nebo kreditní karty, nastavené speciálně pro podnikatele.

Banka před poskytnutím podnikatelského úvěru posoudí rizika podobně jako u spotřebitelského úvěru. Banka samozřejmě chce vědět, že podnikatel má dostatečné příjmy, aby úvěr mohl splácet, a zároveň se potřebuje ujistit, že nehrozí bezprostřední riziko, že o své příjmy přijde. Z tohoto důvodu je nutné předložit kvalitní podnikatelský záměr.

Podnikatelský záměr by měl být srozumitelný, pravdivý a přesvědčivý. Pokud má podnikatel rozmyšlenou právní formu podnikání, organizaci a fungování firmy, popis služby nebo výrobku, který je cílem záměru, zná trh, na kterém chce působit, včetně analýzy konkurence, má finanční plán a časový harmonogram zahájení podnikání a potřeby cizích zdrojů, tak je na dobré cestě uspět s žádostí o úvěr.

EIF kryje začínající podnikatele – Úvěr pro začínající firmy a živnostníky vznikl za podpory Evropského investičního fondu. Cílem fondu je podporovat malé a střední podniky a zvyšovat možnost získání financí na rozjezd a rozvoj jejich podnikání. Financování využívá záruku financovanou Evropskou unií v rámci programu pro zaměstnanost a sociální inovace (EaSi) (Moneta.cz, ČSOB.cz).

Zde v tabulce jsou uvedeny základní podnikatelské úvěry čtyř bank v České republice. Je zde uvedena výše úvěru, úrok, doba splácení a předmět úvěru.

Tabulka 1.3: Úvěrové možnosti Tabulka (Vlastní zpracování)

	Peněžní částka	Úrok	Doba splácení	Předmět úvěru
Komerční banka				
Profi úvěr start	až 1 000 000 Kč	max. 9,9 %	až 5 let	Materiál, technika, prostory, vybavení
Profi úvěr	až 5 000 000 Kč	od 5,9 %	až 7 let	Pro rozjezd a rozšíření podnikání
Fio banka				
Podnikatelský úvěr	od 3 000 000 Kč	PRIBOR či EURIBOR	1–8 let	Různé
ČSOB				
Úvěry pro začínající podnikatele	až 4 000 000 Kč	od 6,9 %	až 8 let	Různé
Česká spořitelna				
Firemní úvěr START-UP	až 600 000 Kč	9 %	až 7 let	Začínající podnikatelé

Sazba **PRIBOR** je odhadem úrokových sazeb pro mezibankovní depozita v českých korunách, **EURIBOR** je odhad úrokových sazeb pro mezibankovní depozita v eurech. Jedná se tak o cenově zcela nesrovnatelné sazby, neboť měnově politické sazby se mohou v ČR a v eurozóně výrazně lišit (Odbor komunikace ČNB, 2015).

2 Metodika

2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je zpracování podnikatelského záměru, pro realizaci penzionu, který bude součástí biofarmy, včetně všech požadovaných příloh při jeho podání. Součástí práce bude analýza věcných náležitostí, nezbytných k úspěšnému zpracování a podání podnikatelského záměru. Práce má dvě části, teoretickou a praktickou v teoretické části jsou zpracované dostupné informace k dané problematice, v praktické samostatný návrh podnikatelského záměru na vybrané téma.

2.2 Zdroje informací

Literární přehled je zpracován na základě analýzy vědecké literatury, webových stránkách banky, JHK, Eagri. Praktickou část autorka zpracovala v lednu a únoru na základě informací použitých v literárním přehledu z literárních zdrojů.

2.3 Metodika práce

Jako první krok bylo důležité shromáždit dostatek informací ohledně tématu bakalářské práce. Hlavním tématem je podnikatelský plán a nastudování dostatku informací k němu, dále agroturistika, výstavba, fungování, provoz penzionu.

V první kapitole jsou charakterizovány všechny stěžejní body potřebné k vypracování podnikatelského záměru. Poznatky jsou získané ze studia odborných publikací.

Dále je zde charakterizována Biofarma Rašovice, které se podnikatelský záměr týká. Popis organizační struktury podniku, založení biofarmy, zaměření, jejich pozemky, zvířata všechny potřebné informace.

V poslední kapitole je vytvořen samotný podnikatelský záměr, se všemi potřebnými informacemi, vnitřní a vnější analýza prostředí firmy. Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb, které se týkají biofarmy.

3 Představení biofarmy Rašovice

Biofarma Rašovice s.r.o.

Sídlo: Rašovice 13, 391 43 Hlasivo

Adresa provozovny: Křtěnovice 13, 391 43 Nová Ves u Mladé Vožice

Jednatel: Ing. Tomáš Borkovec

Biofarma obhospodařuje celkem 230 ha půdy, z toho:

Orná půda	88 ha
Travní porosty	72 ha
Sady	6 ha
Tráva na orné půdě	59 ha
Jiné	3 ha
Rybníky	2 ha.

Farma se aktivně podílí na utváření funkční, přírodně rozmanité a stabilní krajiny v oblasti České Sibiře a Mladovožicka. Vysadili přes 4 ha smíšených ovocných sadů s převážně starými a krajovými odrůdami jablek, hrušek, třešní, višní, švestek apod. Okolo pastvin, i v přímo v nich, vysadili několik desítek klasických stromů – duby, buky, lípy apod. pro vytvoření nových stanovišť pro hmyz, ptáky a další zvířata.

Pravidelně sečou anebo vypásávají podmáčené louky pro rozvoj mokřadních společenstev rostlin a živočichů. Postavili několik rybníků pro zadržení vody v krajině a šetrný chov ryb. Vybudovali zemní tůň pro chráněné druhy žab, čolků a dalších zvířat či rostlin.

Dále mají chov čistokrevného masného skotu Charolais amerického typu. Prodej plemenných jalovic, plemenných býků a masa. Chov čistokrevných ovcí Vřesových původem vyšlechtěných z Muflona. Prodej plemenných jehnic, plemenných beranů a masa.

Skot Charolais

Farma chová čistokrevné plemeno masného typu Charolais. Prodávají plemenné jalovice, jalovice na porážku a krávy pro obnovu svého stáda. Býci jsou chováni do porážkové hmotnosti a věku dvou let.

Stav skotu:

Matky	40 ks
Plemenní býci	2 ks
Telata za rok	40 ks



Obrázek 3.1: Skot Charolais (Biorasovice.cz)

Ovce Vřesové

Chov čistokrevných ovcí Vřesových vyšlechtěných z muflona. Mají dobré pastevní vlastnosti a zvířata zužitkují i méně hodnotné rostliny. Na podzim prodávají jehňata na maso, matky na obnovu svého stáda a jsou používány jako plemenný materiál.

Stav ovcí:

Bahnice	80 ks
Plemenní berani	4 ks
Jehňata za rok	100 ks



Obrázek 3.2: Ovce Vřesové (Biorasovice.cz)

Biomaso

Hovězí maso se prodává v 10 kilových balíčcích, po cca 0,5-1 kg kusech, které jsou vakuově zabaleny. Cena hovězího masa je 386 Kč/kg.

Jehněčí maso je zabalené a rozporcované celé jehně po 0,5-1 kilových kusech, celá váha balíčku je 10-15 kilo. Cena jehněčího masa je 418 Kč/kg.



Obrázek 3.3: Biomaso (Biorasovice.cz)

Ovoce

Ovoce ze sadů o výměře 2 ha je prodáváno v čerstvém stavu po sklizni, nebo se zpracovává na marmelády a džemy a ty následně prodává, vše se samozřejmě prodává v bio kvalitě.

4 Vlastní práce

4.1 Podnikatelský záměr

Podnikatelský záměr se zaměří na výstavbu penzionu k už fungující biofarmě, penzion se bude týkat oblasti agroturistiky a sní souvisejícími činnostmi.

Titulní strana

Název dokumentu: Podnikatelský záměr: Penzion při Biofarmě Rašovice

Obchodní název: Penzion na venkově Rašovice

Jméno majitele: Ing. Tomáš Borkovec

Adresa:

Tel:

E-mail:

Datum: 15. 2. 2022

4.2 Cíl, vize a mise

4.2.1 Cíl

Cílem podnikatelského záměru je postavení budovy s osmi apartmány pro 28 lidí, každý apartmán s vlastní kuchyní a sociálním zařízením. Zřízení jednotlivých apartmánů nábytkem a vším potřebným. Vytvoření a navrhnutí stravování v penzionu a všeho potřebného k chodu penzionu.

Důležité je vytvořit kvalitní reklamu a propagaci penzionu pro získání zákazníků. Hlavní je se zalíbit zákazníkům, kvůli pozitivním recenzím a rozšíření pole působení také díky jim. Tato reklama je nejhodnotnější a nejlevnější možností.

4.2.2 Vize

Hlavní vizí je osvěta ekologického zemědělství a kvalitních biopotravin lidské společnosti, farma chce ukázat lidem kvalitní potraviny a zemědělství šetrné k životnímu prostředí. Důležité je také představit zákazníkům, jak vypadá život na farmě a co vše to obnáší od vypěstování bio potravin až po výkrm zvířat a zpracování biomasa. Zákazníci mohou strávit chvíli v přítomnosti zvířat, na poli, v lese na houbách, v sadech, protože příroda je všude kolem farmy.

V dnešní době se zvyšuje zájem o tuzemské dovolené, hlavně dovolené v přírodě, i dovolené s možností agroturistiky.

4.2.3 Mise

Vypracování podnikatelského záměru je první důležitý krok, dále je důležité získat úvěr a stavební povolení. Vybrat vhodnou stavební firmu je také na prvním místě.

Dalším krokem je vybudování penzionu, zařízení vnitřních prostor, vytvoření stravovacích balíčků. Důležité je získat kvalitní a pracovitě zaměstnance, dostatečně propagovat a získávat nové zákazníky, kteří budou z penzionu odjíždět spokojení.

4.3 Představení podniku

4.3.1 Aktuální stav farmy

Aktuální stav biofarmy je popsán v kapitole 3. výše. Jsou zde uvedeny všechny důležité informace, stavy zvířat, nabídka produktů, rozloha farmy.

4.3.2 Stav po realizaci podnikatelského záměru

V rámci podnikatelského plánu bude vybudována budova penzionu s 8 apartmány a kapacitou pro cca 28 lidí, kapacita se může lehce lišit dle počtu přistýlek, vždy je možnost dát na apartmán jednu až dvě přistýlky. Z celkových 8 apartmánů budou dva dvojlůžkové a šest čtyřlůžkových.

Pro výstavbu budovy je vybrán pozemek s parcelním číslem 75, v obci Hlasivo a katastrální územím Rašovice u Hlasiva. Celková výměra parcely je 177 m². Veřejné sítě jako kanalizace, elektrická energie a voda je na pozemek přivedena.

Budova penzionu bude mít dvě patra, v přízemí bude společenská místnost s kapacitou 40 lidí, budou zde stoly k sezení a bar s výčepním zařízením, lednicí pro nápoje, kávovarem a se vším potřebným jako sklenice, hrnečky a ostatní servírovací nádobí.

Jednotlivé apartmány budou mít plně vybavenou kuchyň, která bude společná s obývacím pokojem, kde bude také televize a dále jídelní kout. Koupelna a toaleta budou v oddělených místnostech, v koupelně bude sprchový kout, umyvadlo, žebříkové topení. Ložnice ve dvoulůžkovém apartmánu bude mít dvě jednolůžkové postele s možností spojení v manželské lůžko. Ve čtyřlůžkovém apartmánu budou dvě ložnice, jedna s manželskou postelí a druhá ložnice se dvěma jednolůžkovými postelemi. V každé ložnici budou noční stolky, šatní skříň a křeslo se stolečkem.

Při pohledu na budovu penzionu zepředu, kde se budou nacházet hlavní vchodové dveře, bude po pravé straně penzionu parkoviště s dvanácti parkovacími místy. Z levé strany penzionu se bude nacházet ohniště s grilovacím kamenem, malý dřevěný altánek se zahradním nábytkem. Pro děti zde bude dětské hřiště s klouzačkou, pískovištěm a dvěma houpačkami.

4.3.3 Právní forma

Biofarma je aktuálně společnost s ručením omezeným a takto to zůstane i nadále po realizaci podnikatelského záměru.

4.4 Nabídka/produkty

4.4.1 Ubytovací služby

Penzion bude nabízet 8 apartmánů pro 28 lidí, z toho bude šest čtyřlůžkových a dva dvoulůžkové. Do všech apartmánů se dá přidat přistýlka pro větší počet hostů, kteří chtějí být pohromadě v jednom apartmánu. V nabídce je i dětská postýlka a možnost ubytovat také psi.

Cenová nabídka ubytování v období 1. 6. – 30. 9.:

Dvoulůžkový apartmán	1800 Kč/noc
Čtyřlůžkový apartmán	2600 Kč/noc
Přistýlka	250 Kč/noc
Pes	50 Kč/noc
Dětská postýlka	50 Kč/noc

Cenová nabídka ubytování v období 1. 10. – 31. 5.:

Dvoulůžkový apartmán	1600 Kč/noc
Čtyřlůžkový apartmán	2400 Kč/noc
Přistýlka	200 Kč/noc
Pes	50 Kč/noc
Dětská postýlka	50 Kč/noc

4.4.2 Stravovací služby

Jednotlivé apartmány budou vybaveny kuchyněmi s veškerým potřebným vybavením pro vaření. Farma nabídne různé stravovací balíčky pro přípravu jednotlivých pokrmů, jako snídaní, obědů a večeří. V každém navrženém balíčku bude i podrobný recept na přípravu jídla. Balíčky se také budou obměňovat podle sezónnosti potravin.

Základní potraviny jako koření, olej, mouky, jednodušeji řečeno trvanlivé potraviny budou pravidelně doplňovány v jednotlivých apartmánech a budou zahrnuty v ceně ubytování.

Stravovací balíčky se tedy týkají potravin jako maso, zelenina, mléčné výrobky, pečivo atd., tyto balíčky budou k dispozici na vyžádání za příplatek podle obsažených surovin. Biomaso bude dodáváno z farmy a ostatní potraviny od smluvených biofarem a obchodů s biopotraviny.

Příklady balíčků:

Balíček na přípravu Svíčkové na smetaně s houskovým knedlíkem

Loupaná plec 1 kg	250 Kč
Kořenová zelenina	80 Kč
Máslo 250 g	77 Kč
Smetana ke šlehání 200 ml	40 Kč
Brusinky sklenice	50 Kč
Vejce 6 ks	90 Kč
Pečivo na knedlíky	30 Kč
	= 617 Kč

Snídaňový balíček pro dvě osoby

Žitný chléb 1 ks	55 Kč
Bagetka 2 ks	40 Kč
Vejce 6 ks	90 Kč
Máslo 250 g	77 Kč
Džem sklenice	90 Kč
Ovoce mix	90 Kč
	= 442 Kč

4.4.3 Doplnkové služby a produkty

Agroturistika

Hlavním programem pro hosty v penzionu budou agroturistické akce na biofarmě, která je vzdálena jen 13 kilometrů od penzionu, což je 16 minut autem a chůzí 2 hodiny cesty.

Na biofarmě se budou konat komentované prohlídky, hosté si budou moci vyzkoušet práci na farmě, seznámit se se zvířaty, podívat se, jak se vyrábí a pracuje s masek, jak se vyrábí marmelády a džemy. Je možnost podívat se na louky, rybníky a do sadů. Ukázat zákazníkům a hostům co vše ekologické zemědělství přináší a jaké má benefity.

Kola

V oblasti Mladovožicka, kde se penzion a biofarma nachází je dostatek skvělých cyklistických tras. V dojezdové vzdálenosti kolem 20 km je například Velký a Malý Bláník, nebo i kešky, které jsou uvedeny a popsány níže v tabulce 4.1.

Zákazníci si budou moci přivést svoje kola, budeme nabízet bezpečnou úschovnu kol a základní servis v případě potřeby.

Geocaching

V dnešní době je populární geocaching, geocaching je hra na pomezí turistiky a sportu, hledají se ukryté schránky pomocí zeměpisných souřadnic, tyto skryté schránky je nazývají cache neboli keška. Kešky jsou většinou umístěny na zajímavých místech a v krabičkách je umístěna tužka a logbook a nějaké předměty na výměnu.

V níže uvedené tabulce 4.1 jsou uvedeny kešky, které jsou nejbližší a v docházkové vzdálenosti nebo dojezdové vzdálenosti na kole od penzionu. Nejsou to jediné kešky v okolí, je jich tam spousta, ale těchto pět se nachází nejbližší.

Tabulka 4.1: Kešky (Vlastní zpracování)

	Obtíž- nost	Terén	Veli- kost	Vzdálenost od penzionu (chůze)
Rašovická Vážka	2	2	micro	0,9 km
Křížek u Hlasiva	3	2,5	large	1,3 km
Křížek u Hlasivských Výlevů	1	1,5	small	2,9 km
Mladovožické Výlevy	2	2	small	3,9 km
Táborský Lhotník – Řemíčov- ská Lhota	3,5	2	regu- lar	6,1 km

Dalšími doplňkovými službami je například: wifi připojení k internetu v celém penzionu, parkoviště přímo u budovy penzionu, venkovní ohniště s grilovacím kamenem a dřevo potřebné k přípravě ohně, dětské hřiště s klouzačkou, pískovištěm a dvěma houpačkami.

4.5 Trh a konkurence

4.5.1 Trh

Bylo by vhodné, aby penzion působil na několika trzích a rozvrhl tak svoje portfolio nabídky. Penzion bude tedy prozatím působit na trhu s ubytovacími službami a stravovacími službami pro ubytované zákazníky. Trh s ubytovacími službami je v dnešní době nejistý kvůli epidemii koronaviru. Epidemie několik subjektů fatálně zasáhla, ale aktuálně se snaží do trhu vstoupit i několik nových, potenciálních konkurentů.

Důležité je také zdůraznit, že v trhu s ubytovacími službami je důležitá sezónnost v době od června do září, kdy je zájem o ubytování a dovolené největší.

4.5.2 Konkurence

Konkurenci jsem zvolila v okolí 20 km a našla jsem tu 4 penziony/apartmány, které mohou být potenciální konkurenti. Žádný konkurent uvedený v tabulce 4.2 nemá zaměření na agroturistiku a ekologické zemědělství, což je výhodou pro nás. Ceny za ubytování konkurence, které jsou uvedeny v tabulce 4.2 jsou v sezóně od 1. 6. do 30. 9.

Jako nejsilnější konkurenty vidím Penzion u Farmáře a Apartment Zelená zahrada. Jejich cenová nabídka je podobná cenové nabídce našeho penzionu, prostředí je zde hezké, mají vytvořenou silnou základnu zákazníků a zákazníci jim dávají pozitivní recenze a odcházejí spokojení.

Tabulka 4.2: Konkurence ubytování – charakteristika (Vlastní zpracování)

	Cena za dvoulůžkový apartmán	Cena za čtyřlůžkový apartmán	Cena za přistýlku	Děti	Vzdálenost od Penzionu Rašovice autem
Penzion pod Ořechem	600 Kč/noc	1000 Kč/noc	200 Kč/noc	Do 2 let zdarma	9,5 km
Penzion u Farmáře	1200 Kč/noc	2400 Kč/noc	/	Do 2 let zdarma	10,5 km
Apartment Zelená zahrada	1600 Kč/noc	2400 Kč/noc	250 Kč/noc	Do 1 roku zdarma	8,8 km
Jonášův Mlýn	1400 Kč/noc	/	/	Do 1 roku zdarma	13,5 km

4.6 Zákazník, komunikační strategie, propagace

Zákazníci

Naší cílovou skupinou zákazníků budou rodiny s dětmi, je tedy důležité oslovit zákazníky možnostmi, které nabízíme pro děti, jako je například dětská postýlka, dětské hřiště hned vedle penzionu, program na farmě určený pro děti. Zavítat do penzionu můžou také vícečlenné rodiny, je možnost na čtyřlůžkový apartmán přidat až dvě přistýlky a dětskou postýlku.

Dále se chceme zaměřovat na dovolené, výlety pro dvojice, páry. Je možnost ubytování ve dvoulůžkových apartmánech. Pro dvojice je také možnost různých aktivit na farmě a v okolí.

Další vhodnou skupinou by byly větší akce, jako například teambuilding, různá školení anebo výlety ve větším počtu lidí. Díky společenské místnosti s kapacitou až 40 lidí, barem a ubytováním, to vše v jedné budově je to skvělé místo pro takové akce.

Propagace

Důležitým aspektem v propagaci a získání zájmu potenciálních zákazníků je reklama, především kvalitní reklama na sociálních sítích a odtud odkaz na webové stránky a online rezervační systém.

Prvním krokem je vytvoření kvalitních webových stránek, se všemi potřebnými informacemi a dostatkem atraktivních fotek pro zaujetí. Důležitý také je online rezervační systém s ukázkou dostupnosti v různých termínech. Nabídka ubytování bude také dostupná na portálu e-chalupy.cz.

Dalším krokem je vytvoření účtů na sociálních sítích jako je Facebook a Instagram, kde se budou přidávat různé příspěvky z dění na farmě, penzionu a jakékoliv aktuality. Reklama vytvořená na těchto platformách má velký dosah a není cenově náročná.

Posledním propagačním krokem jsou propagační letáčky s kontakty a nabídkou služeb, vizitky a pohlednice.

Tabulka 4.3: Rozpočet na propagaci (Vlastní zpracování)

Počáteční náklady propagace	Cena
Vytvoření webových stránek	25 000 Kč
Fotograf	4 000 Kč
Grafické práce	6 000 Kč
Celkem počáteční náklady	35 000 Kč
Položka propagace	Cena za měsíc
Cena za portál e-chalupy.cz	121 Kč
Facebook reklama	1 500 Kč
Instagram reklama	1 500 Kč
Letáčky 40 ks	550 Kč
Vizitky 60 ks	150 Kč
Pohledy 40 ks	650 Kč
Celkem položka propagace	4 471 Kč

V Tabulce 4.3 je uveden rozpočet na propagaci, kdy v horní části tabulky je rozpočet na počáteční náklady. Znamená to tedy vytvoření webových stránek od specializované firmy, nafocení penzionu, prostředí okolo něj a farmy. Jako poslední položkou jsou grafické práce a tím je myšleno vytvoření všech grafických návrhů jak na logo, vizitky, letáčky a pohlednice.

V dolní části tabulky jsou uvedeny předpokládané náklady na jeden měsíc našich vybraných propagačních služeb.

4.7 Cenová politika – zisk, financování

4.7.1 Předpokládaný zisk a obsazenost penzionu

V tabulce 4.4 je uveden zisk při určité obsazenosti, zisk při obsazenosti 100 %, 90 % a 50 %. Z této tabulky nám také vyplívá předpokládaný celkový roční zisk, který se spočítá součtem 90 % zisku za období 1. 6. – 30. 9. (2 266 000 Kč) a 50 % zisku za období 1. 10. – 31. 5. (2 293 600 Kč). Celkový předpokládaný zisk z ubytování tedy činí 4 559 600 Kč.

Dále je zde předpokládaný zisk ze stravovacích balíčků, kdyby alespoň polovina zákazníků při obsazenosti v sezóně 90 % a mimo sezónu 50 % si koupili stravovací balíčky, tak by zisk z nich činil 227 360 Kč.

Předpokládaný celkový zisk tedy může být až 4 786 960 Kč za rok.

Tabulka 4.4: Obsazenost penzionu a zisk (Vlastní zpracování)

	Obsazenost 100 %		Obsazenost 90 %		Obsazenost 50 %	
	122 dní	243 dní	110 dní	219 dní	61 dní	122 dní
	1. 6. - 30. 9.	1. 10. - 31. 5.	1. 6. - 30. 9.	1. 10. - 31. 5.	1. 6. - 30. 9.	1. 10. - 31. 5.
Čtyřlůžkový apartmán 6x	1 903 200 Kč	3 499 200 Kč	1 716 000 Kč	3 153 600 Kč	951 600 Kč	1 756 800 Kč
Dvoulůžkový apartmán 2x	439 200 Kč	777 600 Kč	396 000 Kč	700 800 Kč	219 600 Kč	390 400 Kč
Ostatní (pří- stýlka, pes, dětská pos- týlka) = vždy polovina dní z obsazenosti 8x	170 800 Kč	291 600 Kč	154 000 Kč	262 800 Kč	85 400 Kč	146 400 Kč
Celkem za ob- dobí	2 513 200 Kč	4 568 400 Kč	2 266 000 Kč	4 117 200 Kč	1 256 600 Kč	2 293 600 Kč
Celkem za rok	7 081 600 Kč		6 383 200 Kč		3 550 200 Kč	

4.7.2 Financování, výběr a splácení úvěru

Úvěr jsem vybrala u společnosti Komerční banka, kdy výše úvěru je stanovena na 5 000 000 Kč, při předpokládaném zisku 4 786 960 Kč, době splácení 84 měsíců a úrokovou sazbou 7,5 % měsíční splátka činí 76 949 Kč. Celková splatná částka tedy je 6 463 689 Kč.

Farma může do podnikatelského záměru investovat až 3 000 000 Kč ze svých úspor, to by dohromady s úvěrem mělo pokrýt všechny předpokládané počáteční náklady.

4.8 Finanční plán – náklady a výnosy

4.8.1 Počáteční náklady na realizaci

V tabulce 4.5 níže jsou uvedeny odhadované počáteční náklady na realizaci podnikatelského záměru. Jsou zde uvedeny náklady na úpravu pozemku, postavení budovy penzionu, vybavení penzionu a samozřejmě ceny za upravení zahrady, vytvoření parkoviště a všeho potřebného.

Tabulka 4.5: Počáteční náklady (Vlastní zpracování)

Počáteční náklady	Odhadovaná částka
Stavební úpravy pozemku	900 000 Kč
Výstavba penzionu	5 000 000 Kč
Vybavení penzionu	1 200 000 Kč
Výstavba parkoviště, příjezdové cesty	63 000 Kč
Výstavba altánu s ohništěm	40 000 Kč
Dětské hřiště	30 000 Kč
Zahradní práce	28 000 Kč
Vybavení zahrady	14 000 Kč
Oplocení pozemku, vstupní brána	145 000 Kč
Propagace, reklama	35 000 Kč
Počáteční náklady celkem	7 455 000 Kč

4.8.2 Měsíční náklady na provoz

V této kapitole je tabulka 4.6 s odhadem měsíčních nákladů na chod a fungování penzionu. Jsou zde všechny potřebné položky jako energie a voda, mzdy zaměstnancům, důležitá splátka úvěru, samozřejmě také bio potraviny potřebné do stravovacích balíčků, které nedokáže farma vyprodukovat. Také je zde uvedena nějaká rezerva pro případ nečekaných událostí, jako jsou nějaké opravy a nákup nového zboží.

Tabulka 4.6: Měsíční náklady (Vlastní zpracování)

Měsíční náklady	Odhadovaná částka
Energie a voda	40 000 Kč
Mzdy	120 000 Kč
Splátka úvěru	77 950 Kč
Propagace	4 471 Kč
Údržba a opravy	9 000 Kč
Potraviny	100 000 Kč
Ostatní finanční náklady	9 000 Kč
Měsíční provozní náklady celkem	360 421 Kč

4.8.3 Roční náklady na provoz

Roční náklady uvedené v tabulce 4.7 níže vycházejí z odhadovaných měsíčních nákladů. Částky jsou převzaté z tabulky 4.6 a přepočítány na celý kalendářní rok.

Tabulka 4.7: Roční náklady (Vlastní zpracování)

Roční náklady	Odhadovaná částka
Energie a voda	480 000 Kč
Mzdy	1 440 000 Kč
Splátka úvěru	935 400 Kč
Propagace	53 652 Kč
Údržba a opravy	108 000 Kč
Potraviny	1 200 000 Kč
Ostatní finanční náklady	108 000 Kč
Roční provozní náklady celkem	4 325 052 Kč

4.8.4 Hospodářský výsledek

Hospodářský výsledek po realizaci podnikatelského záměru by mohl být 461 908 Kč ročně, což není úplně uspokojivá částka. K zvyšování zisku by mohlo dojít v dalších letech po zaběhnutí penzionu a rozšíření portfolia služeb.

Tabulka 4.8: Hospodářský výsledek (Vlastní zpracování)

Hospodářský výsledek	Částka
Předpokládané výnosy	4 786 960 Kč
Předpokládané náklady	4 325 052 Kč
Zisk	461 908 Kč

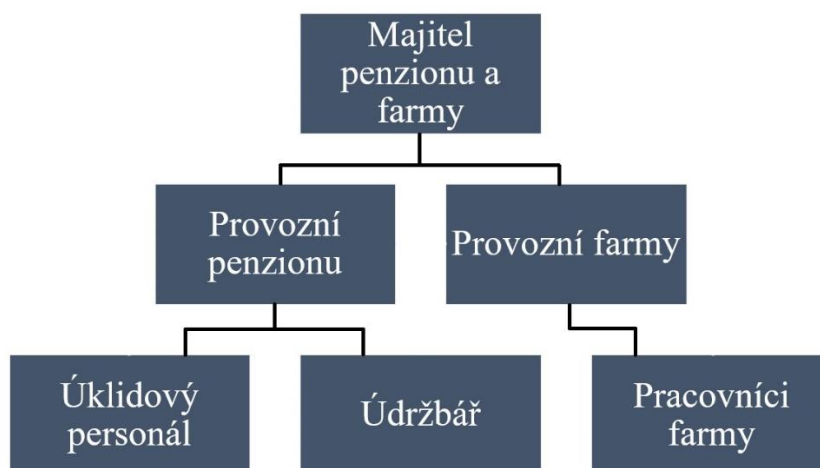
4.9 Personální obsazení firmy

4.9.1 Klíčoví zaměstnanci penzionu

Majitelem biofarmy a penzionu je Ing. Tomáš Borkovec, provozní penzionu bude Pavla Gráfová, provozní má na starost veškerý chod penzionu. Musí se starat o rezervační systém ubytování, objednávku potřebného zboží, potravin, které budou potřeba do stravovacích balíčků a pro každodenní provoz penzionu, bude se starat o sociální síť a propagaci penzionu. Dále je potřeba sehnat dvě úklidové pracovnice, jednoho údržbáře pro drobné opravy. Při pořádání větších akcí, zástupů za dovolené a na letní sezónu by se najmuli brigádníci.

4.9.2 Organizační struktura zaměstnanců penzionu

Pro organizační strukturu zaměstnanců v penzionu a farmě jsem zvolila liniovou strukturu. Kdy na vrcholu je majitel, pod majitelem vedoucí určitého úseku a pod vedoucím už jednotlivý zaměstnanci.



Obrázek 4.1: Organizační struktura zaměstnanců (Vlastní zpracování)

4.10 Plán realizace

Plán realizace je podrobně uveden v tabulka 4.9 níže. Jsou zde uvedeny kroky realizace penzionu od podnikatelského záměru až po jeho otevření a uvedení do provozu.

Jednotlivé kroky jsou uvedeny v tabulce v horním řádku a dále je označen měsíc, kdy se jednotlivé činnosti budou realizovat.

Tabulka 4.9: Plán realizace (Vlastní zpracování)

		Shromažďování informací, tvorba podnikatelského záměru	Získávání úvěru, dotace, výběrové řízení pro stavební firmu	Získání stavebního povolení, vybudování budovy penzionu	Hledání nových zaměstnanců	Zařízení penzionu	Školení zaměstnanců	Tvorba webových stránek, reklama, vše potřebné pro otevření	Otevření
2022	Srpen								
	Září								
	Říjen								
	Listopad								
	Prosinec								
2023	Leden								
	Únor								
	Březen								
	Duben								
	Květen								
	Červen								
	Červenec								
	Srpen								
	Září								

4.11 Analytické metody

4.11.1 SWOT analýza

Tabulka 4.10: SWOT analýza ukázka (Vlastní zpracování)

		Pomocné	Škodlivé
Vnější prostředí	Vnější prostředí	Silné stránky	Slabé stránky
Vnitřní prostředí	Vnitřní prostředí	Příležitosti	Hrozby

Silné stránky

- 1) Penzion zabývající se agroturistikou.
- 2) Částečným dodavatelem bio potravin do balíčků je farma.
- 3) Dobrá pověst a image farmy, díky prodeji kvalitního potravin z biofarmy.
- 4) Na to navazuje – už získaní stálý zákazníci z celé republiky, kteří odebírají bio produkty z farmy.
- 5) Rozšíření portfolia služeb.
- 6) Nový a neobvyklý způsob stravování v penzionu.

Slabé stránky

- 7) Nedostatek personálu.
- 8) Nový a neobvyklý způsob stravování v penzionu.
- 9) Vstup biofarmy do nového sektoru podnikání.
- 10) Nedostatek zkušeností s ubytovacími službami.
- 11) Pro nějaké skupiny zákazníků nezajímavé zaměření penzionu.
- 12) Z nějakého úhlu pohledu i poloha penzionu může být slabou stránkou.

Příležitosti

- 13) Geografická poloha (Mladovožicko).
- 14) Dostatek místa pro rozšíření.
- 15) Postupné rozšiřování služeb.
- 16) Možnost dotace na realizaci.
- 17) Příjmy z větších akcí (školení, teambuilding...)

15	15	15	15	15	15	15	15	15
16	17	18	19	20	21	22	23	24
16	16	16	16	16	16	16	16	16
17	18	19	20	21	22	23	24	
17	17	17	17	17	17	17	17	
18	19	20	21	22	23	24		
18	18	18	18	18	18	18		
19	20	21	22	23	24			
19	19	19	19	19				
20	21	22	23	24				
20	20	20	20					
21	22	23	24					
21	21	21						
22	23	24						
22	22							
23	24							
23								
24								

V tabulce 4.12 jsou uvedeny všechny faktory SWOT matice pod čísly a u každého z nich je uvedeno kolikrát byl preferovaný nad jinými faktory.

Jako nejlepší faktor, byl vybrán faktor z příležitostí – Dostatek místa pro rozšíření. Další v pořadí je také příležitost – Postupné rozšiřování služeb, stejně preferovaná je i hrozba – Nedostatečný zájem zákazníků. Předposledním z pěti vyznačených je faktor příležitosti – Příjmy z větších akcí. Posledním je hrozba – Vznik konkurence zabývající se stejným nápadem a vizí v okolí.

Tabulka 4.12: Hodnocení Fullerova trojúhelníku (Vlastní zpracování)

Faktor	1	2	3	4	5	6
Počet preferencí	8x	12x	13x	11x	10x	8x
	7	8	9	10	11	12
	5x	6x	11x	12x	12x	7x
	13	14	15	16	17	18
	13x	20x	19x	14x	18x	3x
	19	20	21	22	23	24
	15x	2x	17x	13x	19x	1x

Závěr

Bakalářská práce měla za cíl ukázat, zda by šel podnikatelský záměr reálně uskutečnit a zda by to bylo výhodné pro biofarmu Rašovice, která přemýšlí nad rozšířením svých služeb. Díky vysokým cenám produktů a služeb celkově, které jsou potřeba vynaložit jako náklady pro provoz penzionu, jsem nedospěla k úplně uspokojivým výsledkům v prvních letech fungování penzionu. Hospodářský výsledek by totiž ročně měl být jen 462 tisíc Korun českých. Zisk by se ale měl zvednout po zaběhnutí penzionu a postupném rozšiřování služeb, když to umožní finanční situace podniku. Zároveň se nejedná o jedinou činnost, kterou farma provozuje, tím pádem by nízký zisk v prvních letech neměl být problém.

Při získání bankovního úvěru, dále částky, kterou je farma ochotna dát na realizaci, by měl být podnikatelský záměr uskutečnitelný a životaschopný.

V dnešní době, kvůli různým koronavirovým opatřením je těžší a nejisté vycestovat do zahraničí, proto roste poptávka po tuzemských dovolených. Z toho vyplývá, že o dovolené v blízkosti přírody, s možností agroturistiky a ochutnávky kvalitních potravin by mohl být velký zájem.

Bakalářská práce je rozdělena na několik částí – literární přehled, metodiku, představení biofarmy a vlastní práci.

V kapitole literární přehled jsou popsány a vysvětleny jednotlivé pojmy a problematiky, které se týkají podnikatelského záměru, podnikání, podnikatele. Jsou zde uvedeny jednotlivé obchodní společnosti a jejich podmínky. V této části jsou charakterizovány a vysvětleny jednotlivé body podnikatelského záměru a základní analytické metody. V kapitole představení biofarmy jsou stručné informace o biofarmě Rašovice. Poslední kapitola vlastní práce obsahuje vlastní podnikatelský záměr a všechny jeho důležité náležitosti potřebné k jeho realizaci.

Seznam použité literatury

Citace knihy

Barrow, C. (1996). *Základy drobného podnikání*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 80-7169-232-8.

Borosky, P. (2019). *How to write a business plan in ten steps*. Paperback, USA. ISBN 9781687040213.

Červený, R. et al. (2014). *Business plán krok za krokem*. Nakladatelství C. H. Beck, s.r.o., Praha. ISBN 978-80-7400-511-4.

Eliáš, K. a Svatoš, M. (2021). *Úplné znění – Občanský zákoník*. Sagit, a.s., Ostava-Hrabůvka. ISBN 978-80-7488-471-9.

Fort, J. (1999). *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 80-7169-812-1.

Fotr, J. et al. (2006) *Manažerské rozhodování: postupy, metody a nástroje*. Ekopress, s.r.o., Praha. ISBN 8086929159.

Hingston, P. (2002). *Začněte podnikat*. Euromedia Group – Knižní klub v Praze, a.s., Praha. ISBN 80-242-0838-5.

Hisrich, R.D. a Peters M.P. (1996). *Založení a řízení nového podniku*. Victoria Publishing, a.s., Praha. ISBN 80-85865-07-6.

Hučka, M. et al. (2021). *Základy podnikání a podnikatelský proces*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 978-80-271-4098-5.

Hrbová, J. a kolektiv. (2015). *Společenské vědy pro techniky*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 978-80-247-9923-0.

Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 978-80-247-8147-1.

Janišová, D. a Křivánek, M. (2013). *Velká kniha o řízení firmy*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 978-80-247-4337-0

Joskova, L. a Pravda, P. (2014). *Zákon o obchodních korporacích s komentářem*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 978-80-247-4834-4.

Moravec, T. a Andreisová L. (2021). *Obchodní společnosti pohledem Corporate Governance*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 978-80-271-1217-3.

Mirčevská, D. (2009). *Kapitálové společnosti – daně, účetnictví, právo*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 978-80-247-7778-8.

Srpová, J. et al. (2011). *Podnikatelský plán a strategie*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 978-80-247-4103-1.

Veber, J a Srpová, J. (2005). *Podnikání malé a střední firmy*. Grada Publishing, a.s., Praha. ISBN 80-247-1069-2.

Wupperfeld, U. (2003). *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Management Press, s.r.o., Praha. ISBN 80-7261-075-9.

Zemánek, J. a Lacina, J. (2011). *Průručka pro začínající podnikatele*. ComputerMedia, s.r.o., Prostějov. ISBN 978-80-7402-109-1.

Zichová, J. (2008). *Živnostenské podnikání*. KEY Publishing, s.r.o., Ostrava. ISBN 978-80-7418-001-9.

Citace vědeckých publikací

Barksdale, H. C. a Harris, K. (1982). Portfolio Analysis and the Product life Cycle. *Long Range Planning*, 15(6):74-83.

Ferreir, A. a Gondin, E. (2017). Motivations, bussines planning, and risk management: entrepreneurship among university student. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 14(2):140.

Citace webových zdrojů

Biorasovice.cz. *Náš chov*. [online] [cit. 15. 2. 2022]. Dostupné z: <https://www.biorasovice.cz/nas-chov/>.

Čevelová, M. (2011). *SWOT analýza*. [online]. Cavelova.cz [cit. 5. 12. 2021]. Dostupné z: <https://www.cevelova.cz/proc-swot-analyza/>

ČSOB.cz. *Nejrychlejší sjednání úvěru pro začínající podnikatele*. [online] [cit. 10. 12. 2021]. Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/firmy/uvery-a-financovani/nabidka-pro-zacinajici-podnikatele>

Doleček, M. (2019). *Založení a vznik společnosti s ručením omezeným*. Businessinfo.cz [cit. 10. 12. 2021]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/obchodni-korporace-zalozeni-a-vznik-ppbi/3/>

Economictimes.cz. *Definition of Promotions*. [online] [cit. 10. 12. 2021]. Dostupné z: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/promotions>

Eagri.cz. *Agroturistika*. [online] [cit. 5. 12. 2021]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/web/mze/venkov/prioritni-temata-site/agroturistika/>

-
- Fotoplus.net. (2011). *SWOT analýza – teorie*. [online] [cit. 5. 12. 2021]. Dostupné z: <http://excel-navod.fotopulos.net/swot-analyza.html>.
- Konečný, J. (2017). *Jak na business plán #3: Vytvořte podnikatelský plán, který nebude jen cárem papíru*. [online]. Jic.cz [cit. 5. 12. 2021]. Dostupné z: <https://www.jic.cz/magazin/jak-na-business-plan-3/>
- Moneta.cz. *Co je to podnikatelský úvěr?*. [online] [cit. 10. 12. 2021]. Dostupné z: <https://www.moneta.cz/slovník-pojmu/detail/co-je-podnikatelsky-uver>
- NRB.cz. *Expanze-úvěry*. [online] [cit. cit. 5. 12. 2021]. Dostupné z: <https://www.nrb.cz/produkt/expanze/>
- Odbor komunikace ČNB. (2015). *Co je a co není PRIBOR*. [online]. Cnb.cz. [cit. 12. 12. 2021]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/cnb-news/tiskove-zpravy/Co-je-a-co-neni-PRIBOR>
- Podnikatel.cz. *Jakou vybrat živnost?*. [online] [cit. 12. 12. 2021]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/jakou-vybrat-zivnost/>
- Kolektiv pracovníků JHK. (2017). *Brožura „Jak začít podnikat“*. [online]. Jhk.cz [cit. 10. 12. 2021]. Dostupné z: <https://www.jhk.cz/download/5e1133d8951a4d276223924.pdf>
- Evans, A. *Funkce podnikatelského plánu: 4 výhody*. [online]. Businessguarantor.com. [cit. 10. 12. 2021]. Dostupné z: <https://businessguarantor.com/cs/funkce-podnikatelskeho-planu-4-vyhody/>
-

Seznam obrázků

Obrázek 1.1: SWOT analýza (Fotopulos.net, 2011)	20
Obrázek 1.2: BCG matice (Červený et al., 2014)	22
Obrázek 3.1: Skot Charolais (Biorasovice.cz)	28
Obrázek 3.2: Ovce Vřesové (Biorasovice.cz)	28
Obrázek 3.3: Biomaso (Biorasovice.cz).....	29
Obrázek 4.1: Organizační struktura zaměstnanců (vlastní zpracování).....	42

Seznam tabulek

Tabulka 1.1: Fullerův trojúhelník faktorů SWOT matice (Vlastní zpracování)	21
Tabulka 1.2: Hodnocení - Fullerův trojúhelník faktorů SWOT matice (Vlastní zpracování).....	21
Tabulka 1.3: Úvěrové možnosti Tabulka (Vlastní zpracování)	24
Tabulka 4.1: Kešky (Vlastní zpracování).....	35
Tabulka 4.2: Konkurence ubytování – charakteristika (Vlastní zpracování).....	36
Tabulka 4.3: Rozpočet na propagaci (Vlastní zpracování)	38
Tabulka 4.4: Obsazenost penzionu a zisk (Vlastní zpracování)	39
Tabulka 4.5: Počáteční náklady (Vlastní zpracování).....	40
Tabulka 4.6: Měsíční náklady (Vlastní zpracování)	40
Tabulka 4.7: Roční náklady (Vlastní zpracování).....	41
Tabulka 4.8: Hospodářský výsledek (Vlastní zpracování)	41
Tabulka 4.9: Plán realizace (Vlastní zpracování)	43
Tabulka 4.10: SWOT analýza ukázka (Vlastní zpracování).....	44
Tabulka 4.11: Fullerův trojúhelník (Vlastní zpracování).....	45
Tabulka 4.12: Hodnocení Fullerova trojúhelníku (Vlastní zpracování)	46

Seznam použitých zkratek

km	kilometr
ha	hektar
cm	centimetr
m²	metr čtvereční
atd	a tak dále
Kč	Koruna česká
mil	milion
cca	cirka
kg	kilogram
g	gram
PRIBOR	odhad úrokových sazeb pro mezibankovní depozita v českých korunách
EURIBOR	odhad úrokových sazeb pro mezibankovní depozita v eurech
EaSi	Program pro zaměstnanost a sociální inovace
ČR	Česká republika
ČNB	Česká národní banka
