Univerzita Pardubice

Fakulta Ekonomicko-správní

Tvorba podnikatelského plánu

Bakalářská práce

2021 Kateřina Pospíšilová

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	**Kateřina Pospíšilová**
Osobní číslo:	**E18320**
Studijní program:	**B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Ekonomika a provoz podniku**
Téma práce:	**Tvorba podnikatelského plánu**
Zadávající katedra:	**Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

Zásady pro vypracování

Cílem práce je vytvoření podnikatelského plánu začínajícího podniku a zhodnotit reálnost jeho provedení.

Osnova:
- Základní pojmy z managementu.
- Charakteristika podnikatelského plánu.
- Podnikatelský plán daného projektu.
- Zhodnocení reálnosti podnikatelského plánu.

Rozsah pracovní zprávy: **cca 35 stran**
Rozsah grafických prací:
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

FINCH, Brian. *How to Write a Business Plan: Win Backing a Support for Your Ideas a Ventures*. 6rd edition. Velká Británie: Kogan Page, 2019, 192 s. ISBN 9780749486433.
JOHN, Vladimír. *Jak podnikat bez rizika: Odhalená pravda o rizicích podnikání*. 1. vydání. Praha: Meriglobe, 2016, 232 s. ISBN 978-80-88189-00-8.
SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. 1. vydání. Praha: Grada, 2017, 227 s. ISBN 978-80-271-0407-9.
ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele*. 1. vydání. Praha: Grada, 2019, 248 s. ISBN 978-80-271-2182-3.
ŽÁČEK, Vladimír. *Management podniku, 2. přepracované vydání*. 2. vydání. Praha: ČVUT Praha, 2016, 186 s. ISBN 978-80-01-05980-7.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Karel Šatera, Ph.D., MBA**
Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **1. září 2020**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2021**

L.S.

prof. Ing. Jan Stejskal, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 1. září 2020

Prohlašuji:

Práci s názvem Tvorba podnikatelského plánu jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 8. 4. 2021

Kateřina Pospíšilová v. r.

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych touto cestou vyjádřila své díky svému vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Karlovi Šaterovi, Ph.D., MBA za cenné rady, odborné vedení a stanovené termíny, které mi pomohly bakalářskou práci odevzdat ve stanoveném termínu.

ANOTACE

Cílem této bakalářské práce je vytvoření podnikatelského plánu začínajícího podniku a zhodnotit reálnost jeho provedení. Práce se dělí na dvě části, teoretickou a na ní navazující praktickou část.

Teoretická část je zaměřena na definování vybraných pojmů z managementu a charakteristiku podnikatelského plánu. Praktická část obsahuje konkrétní podnikatelský plán v oblasti agroturistiky a také řeší, zda a za jakých podmínek je reálné jeho provedení.

KLÍČOVÁ SLOVA

Podnikatelský plán, agroturistika, podnikatel, podnikání fyzických osob, ubytovací služby, chov hospodářských zvířat, ustájení koní

TITLE

Business plan creation

ANNOTATION

The aim of this bachelor's thesis is to create a business plan for a start-up company and evaluate the reality of its implementation. The work is divided into two parts, the theoretical and the following practical part.

The theoretical part is focused on defining selected concepts from management and the charasteristics of the business plan. The practical part contains a specific business plan in the field of agrotourism and the reality of its implementation is answered.

KEYWORDS

Business plan, agrotourism, entrepreneur, business of natural persons, accommodation services, livestock breading, horses stabling

OBSAH

SEZNAM ILUSTRACÍ 10
SEZNAM TABULEK 11
SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK 12
ÚVOD 13
1 Vybrané pojmy z managementu 15
1.1 Management 15
1.2 Manažer 16
1.2.1 Osobnost 16
1.2.2 Manažerské role 16
1.3 Manažerské funkce 17
1.4 Manažerské nástroje 17
2 Podnikání 18
2.1 Podnik 18
2.2 Právní formy podnikání 18
2.2.1 Fyzická osoba 18
2.2.2 Právnická osoba 19
2.3 Venkovská turistika, agroturistika 19
3 Charakteristika podnikatelského plánu 20
3.1 Účel 20
3.1.1 Podnikatel 20
3.1.2 Investor či banka 20
3.1.3 Soutěže a granty 20
3.1.4 Klíčový zaměstnanci 21
3.2 Zásady 21
3.2.1 Srozumitelnost 21
3.2.2 Pravdivost 21

3.2.3 Reálnost 21
3.2.4 Respektování rizika 21
3.2.5 Uvádění zdrojů 22
3.2.6 Přehlednost 22
3.3 Struktura podnikatelského plánu 22
3.3.1 Titulní strana s představením společnosti 22
3.3.2 Shrnutí 23
3.3.3 Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy 23
3.3.4 Popis podniku 23
3.3.5 Postavení firmy na trhu, konkurence 23
3.3.6 Marketingový plán 24
3.3.7 Personální zdroje a organizační plán 25
3.3.8 Finanční plán 25
3.3.9 Rizika projektu 25
3.3.10 Přílohy 26
4 Podnikatelský plán 27
4.1 Titulní strana s představením společnosti 27
4.2 Shrnutí 27
4.3 Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy 28
4.4 Popis podniku 28
4.5 Postavení firmy na trhu, konkurence 30
4.5.1 PEST analýza 31
4.5.2 Porterova analýza pěti sil 32
4.5.3 SWOT analýza 33
4.6 Marketingový plán 34
4.6.1 Produkt 34
4.6.2 Cena 35

4.6.3 Místo 37
4.6.4 Propagace 37
4.7 Personální zdroje a organizační plán 39
4.8 Finanční plán 40
4.8.1 Zakladatelský rozpočet 40
4.8.2 Předpokládané výdaje 41
4.8.3 Předpokládané příjmy 43
4.8.4 Předpokládaný hospodářský výsledek 45
4.9 Rizika projektu 46
4.10 Přílohy podnikatelského plánu 47
5 Zhodnocení reálnosti podnikatelského plánu 48
5.1 Zhodnocení rizik realizace podnikatelského plánu 48
5.1.1 Riziko špatného odhadu poptávky 48
5.1.2 Vstup nového konkurenta 49
5.1.3 Zdražení materiálu 49
5.2 Výpočet návratnosti investice 49
ZÁVĚR 51
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY 52
SEZNAM PŘÍLOH 54

SEZNAM ILUSTRACÍ

Obrázek 1 Manažerská pyramida 16

Obrázek 2 Letecký snímek areálu 29

Obrázek 3 Rozložení pozemku 29

Obrázek 4 Rozmístění konkurence v ČR 32

Obrázek 5 Instagramový účet 38

Obrázek 6 Vizitka 38

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 SWOT analýza 34

Tabulka 2 Ceník ubytování na osobu/noc 36

Tabulka 3 Ceník ustájení koní 37

Tabulka 4 Náklady na propagaci 39

Tabulka 5 Zakladatelský rozpočet 41

Tabulka 6 Provozní výdaje v Kč 41

Tabulka 7 Personální výdaje v Kč 42

Tabulka 8 Měsíční výdaje na zásoby v Kč 42

Tabulka 9 Roční výdaje na zásoby v Kč 43

Tabulka 10 Předpokládané výdaje ve 2. a 3. roce podnikání v Kč 43

Tabulka 11 Pesimistický pohled – příjmy v prvním roce podnikání 44

Tabulka 12 Optimistický pohled – příjmy v prvním roce podnikání 44

Tabulka 13 Realistický pohled – příjmy v prvním roce podnikání 45

Tabulka 14 Předpokládané příjmy ve 2. a 3. roce podnikání v Kč 45

Tabulka 15 Předpokládaný hospodářský výsledek v 1. roce podnikání v Kč 45

Tabulka 16 Předpokládaný hospodářský výsledek ve 2. a 3. roce podnikání v Kč 46

Tabulka 17 Hodnocení dopadu rizik 46

Tabulka 18 Analýza rizik 47

Tabulka 19 Doba návratnosti 50

SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK

Agrofarma Doubravka – Agroturistická farma Doubravka

a.s. – Akciová společnost

cca – Přibližně

ČR – Česká republika

DPH – Daň z přidané hodnoty

EUR – Euro

Ev. – Evidenční číslo

FO – Fyzická osoba

HV – Hospodářský výsledek

Kč – Koruna česká

Ks – Kus

k. s. – Komanditní společnost

OSVČ – Osoba samostatně výdělečně činná

PČR – Policie České republiky

PO – Právnická osoba

s. r. o. – Společnost s ručením omezeným

v. o. s. – Veřejná obchodní společnost

ÚVOD

V současné době je v podstatě nezbytné zpracování podnikatelského plánu před započetím podnikání. Důvodem je především zjištění, zda má vůbec smysl začít podnikat. Podnikatelé s dobrým nápadem si totiž musí nejdříve ověřit, zda jejich nápad má šanci na úspěch. Kvalitní podnikatelský plán je také nezbytným předpokladem pro získání dotace v rámci některého z nabízených dotačních titulů. Tato práce se tedy bude zabývat vytvořením konkrétního podnikatelského plánu v agroturistice. Podnikatelský plán bude zaměřen především na potřeby podnikatele a zjištění proveditelnosti investičního záměru.

Cílem práce je vytvoření podnikatelského plánu začínajícího podniku a zhodnotit reálnost jeho provedení.

Aby v práci mohl být cíl naplněn tak autorka nejdříve rozebere v teoretické části této práce pojmy, které jsou potřebné k tvorbě samotného podnikatelského plánu. Tyto pojmy jsou definovány v několika kapitolách.

V první kapitole práce autorka vymezí pojem managment, manažer, a především osobnost manažera.

V druhé kapitole následuje vlastní definice podnikání. Je zde vymezen pojem podnik a také jsou zde řešeny možné právní formy podnikání. Tyto formy jsou zde definovány, což pomůže při volbě formy podnikání podniku, pro který je v praktické části tvořen podnikatelský plán. Na konci této kapitoly autorka definuje, co to vlastně je agroturistika a jaké jsou její hlavní rysy a specifika.

Třetí kapitolu autorka věnuje charakteristice podnikatelského plánu. První část této kapitoly je zaměřena na vymezení různých účelů, ke kterým podnikatelský plán může sloužit. Dále třetí kapitola definuje zásady, které by měly být při psaní podnikatelského plánu dodrženy. Poslední část obsahuje strukturu podnikatelského plánu, kterou autorka v práci použije. Jednotlivé body struktury jsou v podkapitole definovány.

Následující, v pořadí již čtvrtá kapitola obsahuje konkrétní podnikatelský plán zaměřený na vybudování agroturistické farmy a první roky její činnosti. Podnikatelský plán je sestaven dle struktury, která je blíže popsána v předchozí kapitole. Je zaměřen především na popis podniku, marketingový plán, finanční plán a rizika, která by mohla realizaci projektu narušit.

Poslední kapitola je věnována zhodnocení reálnosti podnikatelského plánu. V této kapitole se autorka zaměří na zhodnocení vybraných rizik, které by mohli ohrozit podnikatelský plán a jeho úspěšnou realizaci. Poslední část je věnována výpočtu návratnosti investice do podnikání vložené.

1 Vybrané pojmy z managementu

Tato část práce se zabývá vybranými pojmy z managementu. Prvním pojmem, který se autorka rozhodla definovat je pojem management. Dalším pojmem, jež bude v nadcházející části práce vysvětlen je termín manažer, jeho osobnost a manažerské role. Mezi vybrané pojmy zařadila autorka manažerské funkce, které by měl každý manažer ovládat s jasným účelem vykonávat při využití manažerských nástrojů.

1.1 Management

Management je ucelený, dlouhotrvající proces, při kterém se používají všechny manažerské funkce. Je to ucelený soubor přístupů, názorů, zkušeností a metod, které vedoucí pracovníci využívají ke zvládnutí manažerských funkcí. Zvládnutí jednotlivých manažerských funkcí je nezbytné k dosažení všech podnikatelských cílů organizace a také k dosažení prosperity této organizace. Management je návodem, funkcí a disciplínou, který je třeba splnit, aby bylo dosaženo cílů podniku. Manažeři jsou profesionálové, kteří se snaží o dosažení jednotlivých cílů a vykonávají funkce které jsou pro zvládnutí těchto cílů nezbytné.

Management vychází z určitých poznatků, které jsou z většiny vypozorovány hlavně z praxe. Vypozorované poznatky jsou zpracovány ve formě návodů. V každém podniku, ve kterém management uplatňován jsou rozvíjeny a aplikovány poznatky z managementu do té míry, do jaké je to v určitém podniku třeba. Využívané poznatky mají oporu v teoriích a metodách z více vědních disciplín.

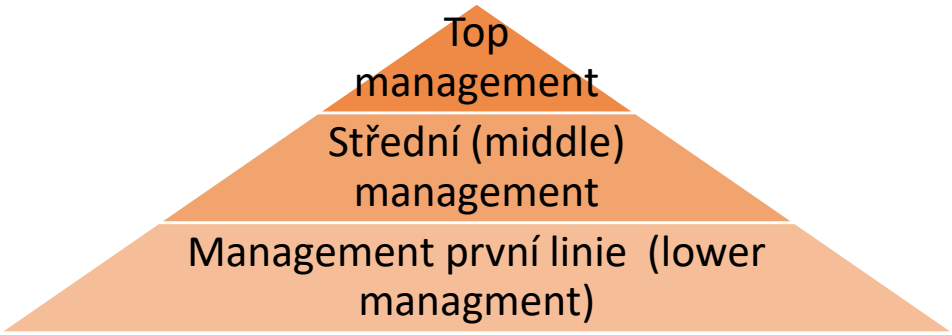
Pojem management, je odvozen z anglického slovesa to manage, což znamená v českém jazyce řídit. Termín management se stal slovem, které ve světě není třeba překládat a v řadě světových jazyků je běžně užíván. Je v našem jazyce již známý, má ale více výkladů a řadu různých interpretací. Mezi tyto výklady patří: [1]

- vést, řídit;
- ovládat, zvládnout, umět si poradit;
- dobře hospodařit

Management můžeme kromě řízení chápat jako určitý způsob vedení lidí, specifickou funkci při řízení podniku, ale také jako vědní disciplínu a obor studia. [2]

1.2 Manažer

Manažerem rozumíme vedoucího pracovníka, který má za úkol prostřednictvím svých podřízených pracovníků dosáhnout cílů společnosti. Manažer vychází z určitého plánu, ve kterém jsou obsaženy cíle, kterých se snaží dosáhnout. Manažery dělíme podle toho, na jaké úrovni v organizaci stojí, a v jaké úrovni managementu se pohybují. Toto dělení je znázorněno v následující manažerské pyramidě. [11]



Obrázek 1 Manažerská pyramida

Zdroj: (2)

1.2.1 Osobnost

Osobnost manažera je důležitá, protože úspěšným manažerem se nemůže stát každý člověk [1]. Předpoklad stát se úspěšným manažerem má člověk s nezbytnými dispozicemi. Těmito dispozicemi se odlišuje od ostatních jedinců, kteří neoplývají manažerskými schopnostmi na potřebné úrovni. Manažer musí mít určité vrozené vlastnosti, ale také je třeba, aby měl vlastnosti, které je třeba získat studiem, či léty praxe [1].

1.2.2 Manažerské role

S konceptem manažerských rolí přišel Henry Mintzberg který tvrdí, že management je často více umění než věda. Tyto role definoval na základě pozorování práce vedoucích pracovníků v průběhu běžného pracovního dne. Pozorování prováděl sám. Na základě pozorování tedy Mintzberg shrnul činnosti manažerů do tří skupin. Tyto tři skupiny dále rozvedl ještě do deseti podskupin, které lépe definují dílčí role.

První skupinou jsou interpersonální role. Tyto role jsou rozděleny do třech podskupin. Mezi tyto podskupiny patří reprezentant, lídr/vůdce a spojovací článek. Další skupinu tvoří informační role, mezi které řadíme sběrače podnětů, šiřitele podnětů a mluvčího. Třetí

skupinou, kterou Mintzberg vytvořil byly rozhodovací role. Jako jediná se dělí do čtyř podskupin. Rozhodovacími rolemi jsou tvůrce změn, řešitel poruch, alokátor zdrojů a vyjednavač. [12]

1.3 Manažerské funkce

O manažerských funkcích se v odborné literatuře píše jako o činnostech, které by měl manažer s jasným záměrem účinně a efektivně vykonávat. Manažer by je měl vykonávat tak, aby úspěšně stanovil jednotlivé cíle podniku a byl úspěšný při jejich plnění. Pro správné stanovení a dosažení cílů podniku je důležité rovnoměrné využívání manažerských funkcí. V případě, že manažer upřednostňuje některou z manažerských funkcí, dopouští se tím škodlivého a chybného jednání. Takové jednání může mít špatný vliv při dosahování stanovených cílů. [5]

V managementu existuje mnoho do jisté míry odlišných pojetí manažerských funkcí. Manažerské funkce se dle Weihricha a Koontze dělí na sekvenční a paralelní. Podle Weihricha a Koontze patří mezi sekvenční funkce plánování, organizování, vedení lidí, management lidských zdrojů a kontrolování. Mezi paralelní funkce patří analyzování, rozhodování a implementace [3]

1.4 Manažerské nástroje

Manažerské nástroje jsou používány z důvodu neustále narůstající konkurence. Dalšími důvody jsou zvyšující se úroveň ekonomiky, celková úroveň trhu ale také modernizace a posuny v kvalitě a vyspělosti technologií. Společnosti na tyto změny musí reagovat, aby se na trhu udržely. Z toho důvodu jsou využívány manažerské nástroje. Manažerské nástroje pomáhají podniku držet kontakt s aktuálními trendy, optimalizovat a zkvalitňovat všechny procesy ve společnosti. Proto, aby společnost mohla tyto nástroje využívat, je zásadní mít dostatek kvalitních ověřených informací. Kvalitní informace je nutné umět dobře vyhodnotit a využít ve svůj prospěch.

Pod termínem manažerský nástroj lze spatřit velké množství manažerských technik a přístupů, které využívají moderní technologie jako jsou různé softwarové produkty, složité organizační a ekonomické postupy a řešení. [4]

2 Podnikání

Podnikání je zákonem vymezená činnost. Jde o soustavnou činnost provozovanou samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost živnostenským nebo obdobným způsobem provozovanou soustavně za účelem dosažení zisku. Možnost podnikat mají fyzické osoby (občané), právnické osoby a stát (státní podniky). Nový občanský zákoník (zákon č. 89/2012 Sb.) říká v §420 odst. 1, že:

*„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“ [13]*

2.1 Podnik

Za podnik se považuje každý subjekt, který vykonává hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu. Mezi tyto subjekty řadíme zpravidla osoby samostatně výdělečně činné, podniky vykonávající řemeslné či jiné činnosti a obchodní společnosti nebo sdružení, která běžně vykonávají hospodářskou činnost. Podnikem se také rozumí jakákoli entita, a to bez ohledu na právní formu nebo způsob financování vykonávající hospodářskou činnost. [6]

2.2 Právní formy podnikání

V České republice je možné podnikat jako fyzická osoba nebo jako právnická osoba. Obě možnosti jak FO, tak PO jsou ještě rozděleny do několika dalších variant.

2.2.1 Fyzická osoba

Mezi fyzické osoby řadíme osoby samostatně výdělečně činné. Při založení živnosti je třeba aby zakládající osoba byla starší 18 let. Dále je nezbytná způsobilost k právním úkonům a bezúhonnost, pokud živnostenský zákon nestanoví jinak. [14]

Živnosti jsou rozděleny podle toho, zda je třeba k jejich provozování odborná způsobilost. V případě, že je tato způsobilost potřebná, tak se jedná o živnost koncesovanou, v opačném případě se jedná o živnost ohlašovací. [15]

Koncesované živosti jsou uvedeny v příloze číslo 3 živnostenského zákona [16]. Tento zákon blíže specifikuje požadavky na odbornou způsobilost a nutnou praxi v oboru. Mezi koncesované živnosti se řadí například provozování taxislužeb. Ohlašovací živnosti jsou dále

rozděleny do třech podskupin. Pro každou podskupinu platí specifická pravidla pro založení. Ohlašovací živnosti se dělí na řemeslné, vázané a volné [15].

2.2.2 Právnická osoba

Pod pojmem právnická osoba rozumíme obchodní korporace. Podle zákona 90/2012 Sb. o obchodních společnostech a družstvech:

„Obchodními korporacemi jsou obchodní společnosti a družstva“ [16]

Mezi obchodní společnosti patří osobní společnosti, kapitálové společnosti a Evropská společnost a evropské hospodářské zájmové sdružení. Družstvy jsou pak družstvo a Evropská družstevní společnost. V příloze A jsou znázorněny osobní, kapitálové společnosti a družstvo dle parametrů.

2.3 Venkovská turistika, agroturistika

Mezi hlavní znaky venkovské turistiky patří šetrnost vůči destinaci cestovního ruchu, návrat k tradicím, ohleduplnost k přírodě, ke kulturním bohatstvím, k historickým bohatstvím a podobně. Venkovská turistika se odehrává zpravidla v prostředí venkova. Provozovatelé venkovské turistiky jsou majitelé venkovských ubytovacích zařízení a podnikatelé zabývající se různými doprovodnými programy, jako jsou jezdecká centra, sportovní zařízení skanzeny a podobně. Turisté jsou zde ubytováni v různých rekreačních objektech, mohou to být i mlýny, hostince a selská stavení. [17]

Agroturistika je forma venkovské turistiky, jejíž hlavním znakem je ubytování turistů na fungující farmě, statku či ranči. Hlavním cílem této turistiky je ukázat turistům fungující farmu a přinést farmě dodatečný příjem do rozpočtu. Agroturistika je produktem moderního cestovního ruchu, který se vyznačuje šetrností k přírodě a rozvojem podnikání ve venkovských lokalitách. Náplň agroturistiky je venkovní vyžití turistů, vzdělávací aktivity, zábava, péče o hosty a prodej farmářských výrobků či plodů farmy. [7]

3 Charakteristika podnikatelského plánu

Podnikatelský plán je dokument, který podnikatel vypracuje většinou z důvodu snahy zaujetí banky či investora. Je to dokument, který vyobrazuje podnik z několika pohledů. Je to vizitka podniku, která má za úkol zaujmout na první pohled. Podoba podnikatelského plánu není přesně stanovena. Jeho podoba se liší podle toho, pro jaké potřeby slouží.

V této kapitole autorka vysvětlí, k jakým účelům může podnikatelský plán sloužit. Součástí této kapitoly je též vyjasnění zásad, jakými by se autor podnikatelského plánu měl řídit. Na závěr této kapitoly uvede strukturu, kterou se při tvorbě podnikatelského plánu bude řídit.

3.1 Účel

Podnikatelský plán může sloužit k různým účelům. Tento plán bývá určen většinou pro určité osoby. Podle toho, pro koho je plán určen tak vypadá jeho podoba. Plán může být vypracován pro podnikatele samotného, investory a banky, soutěže a granty a klíčové zaměstnance.[8]

3.1.1 Podnikatel

Takovýto podnikatelský plán, píše podnikatel sám pro své účely. Nemusí zabývat dopodrobna motivací a popisem produktu. V případě že, píše podnikatel plán pro svou potřebu, tak by se jeho pozornost měla ubírat především ke správnému stanovení cílů a zároveň na odhalení všech možných překážek a rizik, které dokáže předvídat. Tento projekt by měl také zahrnovat uplatnění produktu na trhu a konkrétní strategii získávání zákazníků. Výsledkem by měl být detailní finanční plán.

3.1.2 Investor či banka

V případě této možnosti, je třeba vzít v potaz, že osoba, která tento plán bude číst, nezná náš záměr, cíl, produkt a tak dále. V tomto případě je tedy nezbytné věnovat dostatečnou část plánu popisu produktu. Také je třeba rozebrat a popsat situaci na trhu. Součástí by také měl být podrobný odhad poptávky, rozbor nákladů, výnosů a důležité jsou i očekávané zisky.

3.1.3 Soutěže a granty

Když budeme plán vypracovávat za účelem účasti v soutěžích, nebo při snaze získat grant, je třeba především představit, jak bude produkt prezentován zákazníkům. Podnikatelský

plán by měl tedy znázornit reálnou poptávku. Je nezbytné popsat, zda je produkt něčím specifický a řeší konkrétní problém. V současné době mají velký význam i šanci na úspěch projekty soustředěné na udržitelnost, ekologii a řešení společenských problémů.

3.1.4 Klíčový zaměstnanci

Nově vzniklé společnosti nejsou schopny konkurovat těm již zaběhlým, a to především z hlediska platu a benefitů nabízených zaměstnancům. Na rozdíl od zaběhnutých společností mohou ovšem nabídnout dynamický rozvoj, možnost podílet se na vzniku nového podniku, pozitivní společenský dopad a mnoho dalšího.

3.1.5 Zásady

Pro sestavení podnikatelského plánu platí několik obecných zásad, které by měl každý podnikatelský plán dodržet. Mezi tyto zásady patří srozumitelnost, pravdivost, reálnost, respektování rizika, uvádění zdrojů a přehlednost. [6]

3.1.6 Srozumitelnost

U této zásady, ač se jeví jako zcela přirozená, je nutné zdůraznit její význam. V případě, kdy čtenář (například investor) nepochopí, o jakém nápadu autor podnikatelského plánu píše, bude třeba dodatečné vysvětlení plánu a poskytnutí dodatečných informací.

3.1.7 Pravdivost

V podnikatelském plánu je třeba pracovat s reálnými daty a čísly všude tam, kde je to možné. Podnikatel se tedy snaží získat ceníky dodavatelů, nabídky realitních kanceláří, leasingových společností a podobně.

3.1.8 Reálnost

Je velmi důležité si při psaní podnikatelského plánu nevymýšlet a nezkreslovat realitu.

3.1.9 Respektování rizika

Je třeba brát v potaz všechna možná rizika. Pomocí odhadu pak určíme riziko a pracujeme s různými scénáři podnikatelského plánu.

3.1.10 Uvádění zdrojů

Jak již bylo uvedeno, odhady jsou při tvorbě podnikatelského plánu nevyhnutelné. Některé odhady je ale možné podložit získanými fakty. Tato zjištěná fakta je nezbytné uvést i se zdrojem. Zdroj je třeba uvádět, aby si případný investor měl možnost ho ověřit, a aby se tvůrce plánu mohl ke zdroji vracet a případně využít jeho aktualizace.

3.1.11 Přehlednost

Všude v podnikatelském plánu, kde je možnost, je třeba tvořit přehledy, tabulky, grafy a obrázky. Vše, co usnadní čtení plánu a přiblíží popisovanou problematiku je žádoucí.

3.2 Struktura podnikatelského plánu

Neexistuje závazná struktura podnikatelského plánu. Struktura se liší podle toho, za jakým účelem, je podnikatelský plán sestavován. Struktura, kterou autorka v práci využila vypadá následovně: [9]

- Titulní strana s představením společnosti
- Shrnutí
- Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy
- Popis podniku
- Postavení firmy na trhu, konkurence
- Marketingový plán
- Personální zdroje a organizační plán
- Finanční plán
- Rizika projektu
- Přílohy

3.2.1 Titulní strana s představením společnosti

Titulní strana podnikatelského plánu by měla obsahovat název projektu či podniku, jméno autora, označení, že se jedná o podnikatelský plán a také místo a datum sepsání. Je vhodné v případě, že produkt či značka disponuje logem jej umístit také na titulní stranu. Titulní strana by měla být přehledná a upravená.

3.2.2 Shrnutí

V této části jsou uvedeny hlavní body záměru. Jde o prvotní obeznámení s podnikatelským plánem, které by mělo na maximálně jedné stránce představit záměr. Toto shrnutí slouží jako lákadlo k přečtení celého záměru. Důležité je, aby obsahovalo první důležitá čísla, která vyplývají z podnikatelského plánu. Mělo by být objektivní a stručné. Obsahem shrnutí je stručná charakteristika produktu a jeho konkurenční výhoda, stručný popis trhu, způsob, jakým budeme vydělávat, dále požadovanou velikost finančních zdrojů a odhad návratnosti těchto zdrojů.

3.2.3 Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy

Vlastníci nápadu by měli být v podnikatelském plánu prezentováni, a to hlavně z hlediska profesní stránky. Součástí by měla být i motivace, tedy uvedení důvodu, proč tento projekt vlastník nápadu chce realizovat. Nejedná se však o životopis, představení každého člověka, co se na záměru podílel by mělo zabrat zhruba jeden odstavec. V případě, že je to třeba, je možné životopisy vložit do příloh.

3.2.4 Popis podniku

Popis podniku by měl obsahovat popis konkrétní podnikatelské příležitosti, popis výrobku či služby a zajištění potřebných vstupů a dodavatelů. V popisu podniku je třeba co nejvíce do detailů představit problém, který využití nabízeného produktu řeší. Je nutné popsat konkrétní výrobek, či službu a její průběh. Nakonec je třeba popsat co vše je pro provoz podniku nezbytné. Je třeba zaměřit se především na materiální zdroje a prostory. V tomto úseku podnikatelského plánu by mělo být jasné, jaké budou v podniku probíhat procesy, v jakém sledu a jak na sebe budou navazovat.

3.2.5 Postavení firmy na trhu, konkurence

V podnikatelském plánu nesmí chybět důkladná analýza tržního prostředí a konkurence. Naopak nepatří do této části kritika konkurence či například stížnosti na vysoké daně. Cílem této části je prokázat znalost trhu na kterém se snaží firma prosadit. Také je důležité dokázat, že se společnost bude umět přizpůsobit stávající situaci na trhu. Tato část zobrazuje okolí podniku. Okolím podniku rozumíme mikroprostředí, makroprostředí a vnitřní prostředí podniku.

Makroprostředí představuje nejširší okolí podniku. Je to okolí podniku, které tvoří subjekty a okolnosti, které není možné činností podniku ovlivnit. Makroprostředí má na úspěch či neúspěch celého projektu značný vliv. Mezi vlivy makroprostředí řadíme politicko-legislativní vlivy, ekonomické vlivy, sociokulturní vlivy a technologické vlivy [9]. Vliv makroprostředí, tedy toho, co bude podnik ovlivňovat, je možné zkoumat pomocí takzvané PEST analýzy. Pest analýza zkoumá politické, ekonomické, sociální a technologické prostředí firmy [9].

Mikroprostředí podniku je bezprostřední okolí podniku. Na mikroprostředí může mít podnik na rozdíl od makroprostředí vliv. Podnik ho ale nepřetržitě nedokáže ovládat a měnit podle svých potřeb. Analýza mikrookolí může být prováděna například pomocí analýz 4C nebo Porterova modelu pěti konkurenčních sil [9].

Porterova analýza pěti konkurenčních sil je postavena na předpokladu, že množství konkurence na trhu závisí na pěti výchozích skupinách subjektů a jejich vzájemném působení. Mezi výchozí objekty patří současná konkurence, potenciální konkurence, poskytovatel substitutů, dodavatel a zákazníci. Porterova analýza má za cíl zvážit sílu působení jednotlivých skupin na tržní okolí a míru hrozby, kterou pro podnik představují. [18]

Poslední částí okolí podniku je vnitřní prostředí podniku. Tato část má za cíl uvědomění si vlastních silných a slabých stránek. Zda se jedná o silnou či slabou stránku zjistíme při porovnání našeho podniku s konkurencí, při čemž musíme vzít v potaz celkovou situaci na trhu. V této části podnikatelského plánu je vhodné použít k analýze vnitřního prostředí SWOT analýzu. Tato analýza se delí do čtyř částí. První dvě části znázorňují vnitřní prostředí podniku a jsou to silné a slabé stránky podniku. Druhé dvě části mají za úkol znázornit vnější prostředí podniku, jsou to konkrétně příležitosti a hrozby[9].

3.2.6 Marketingový plán

Je to plán, který vychází z předchozích analýz. Je považován za hlavní těžiště uplatnění podniku na trhu. Jeho úkolem je výběr a popis vhodného segmentu zákazníků. Vzhledem k tomu, že bude stanoven vhodný segment, tak můžeme určit vhodnou cenu produktu, způsob distribuce a propagační nástroje, které budou využívány. Všechny složky plánu musí být zpracované na míru cílové skupině. [19]

3.2.7 Personální zdroje a organizační plán

Úkolem této kapitoly je shrnutí, kolik a jakých zaměstnanců bude k realizaci podnikatelského plánu třeba. Je třeba určit náplň činností jednotlivých pracovních míst. Navazuje určení nutného vzdělání a praxe potřebné na jednotlivá pracovní místa. V návaznosti na vzdělání a praxi lze určit mzdové ohodnocení zaměstnance. Mzda se odvíjí od dosaženého vzdělání, praxe, dovedností, znalostí a také zkušeností.

3.2.8 Finanční plán

Finanční plán je součást podnikatelského plánu, která obsahuje čísla, grafy a tabulky. V této části je důležité vyčíslit náklady na všechny položky. Jsou zde zobrazeny plány příjmů a výdajů, které jsou závislé na odhadech poptávky.

Ve finančním plánu je důležité podložit všechna čísla a odůvodnit je. Není možné si čísla upravovat podle vlastního uvážení, aby vypadal podnikatelský záměr lépe. Kvůli opatrnosti je vhodné lehce nadhodnotit náklady, naopak výnosy by měli být lehce podhodnocené. Ve finančním plánu je důležité zpracovat optimistickou, realistickou a pesimistickou variantu.

Zakladatelský rozpočet je forma číselného vyjádření veškerých plánů. Součástí zakladatelského rozpočtu je přehled všech výdajů souvisejících se založením podniku, zahájením podnikání a zajištěním jeho každodenního fungování. Je důležité porovnat výši počátečních výdajů s volnými finančními prostředky podnikatele a zhodnotit, zda nebude nutné zajistit další zdroj financování. Mezi další zdroje financování jsou řazeny například bankovní úvěry. [20]

Zhodnocení finanční efektivnosti podnikání lze provést pomocí výpočtu doby návratnosti. Doba návratnosti je časový úsek, během kterého se výdaje na investice vynaložené do počátku podnikání vyrovnají příjmům plynoucím z této investice [21].

3.2.9 Rizika projektu

Vzhledem k tomu, že každý projekt má svá rizika, je důležité tato rizika předvídat. Podnikatel musí odhalit rizika, připravit se na ně a v podnikatelském plánu je zmínit. Tím, že rizika v podnikatelském plánu uvedeme a navrhneme jejich případné řešení dáváme případnému investorovi najevo, že je projekt důkladně promyšlen. [10]

3.2.10 Přílohy

Do příloh se přikládají obsáhlejší tabulky, nákresy, technické parametry, mapy, rozpisy, tiskopisy, smlouvy a další doplňující listiny. Je třeba na každou přílohu v textu patřičně upozornit.

4 Podnikatelský plán

V této části práce autorka vytvořila konkrétní podnikatelský plán, který je zaměřen na vybudování a první roky podnikání agroturistické farmy. Tento podnikatelský plán bude sloužit především pro potřeby majitele farmy. Podnikatelský plán je zaměřen na popis stávající situace na farmě s vyjasněním budoucího podnikání. Obsahuje predikovaný finanční plán na období prvních třech let fungování farmy. Podnikatelský plán je vytvořen pro podnikatele Františka Pospíšila a spolupracující osobu Marii Pospíšilovou. Podnikatelé se rozhodli pro živnostenský způsob podnikání. V následujícím podnikatelském plánu bude využíván název podnikatelského subjektu „Agrofarma Doubravka“.

4.1 Titulní strana s představením společnosti

Titulní strana se nachází v příloze B.

4.2 Shrnutí

Podnikatelský záměr Agrofarma Doubravka se zaměřuje na vytvoření agroturistické farmy se zaměřením na chov prasat a ustájení koní. Tento záměr je zajímavý tím, že umožňuje ubytování zákazníků v prostorách farmy. Také umožňuje zapojení zákazníků do samotného chodu farmy a ustájení vlastního koně.

Klíčovými osobami pro celý podnikatelský záměr jsou majitelé a ošetřovatelka. Majitelé budou zajišťovat celkový chod farmy a zabezpečovat chov prasat a ubytování hostů. Pro chov koní, jejich výcvik a trénink budou majitelé najímat kvalifikovanou ošetřovatelku. V dalších letech, plánují majitelé na základě ziskovosti podniku otevřít na farmě restaurační zařízení a poskytovat zázemí pro společenské oslavy, jako jsou svatby, oslavy narozenin a jiné. Při tomto rozšíření podniku by majitel zaměstnal ještě kuchaře, servírku a pomocnou sílu.

Cílovou skupinou, jsou rodiny s dětmi, cykloturisté a majitelé koní. V případě rodin s dětmi se dá předpokládat, že chtějí rodiče ukázat dětem venkov, tradice na venkově a chov zvířat. Zároveň bude v areálu dostatek aktivit pro děti v podobě dětského hřiště, bazénu možnosti jízdy na koni a další. Druhou zmíněnou skupinou jsou cykloturisté. V okolí farmy je mnoho atraktivních a oblíbených cyklistických tras a památek. Lze předpokládat, že se cyklisté ubytují u nás na farmě, aby si mezi náročnými výlety odpočinuli a také poznali něco nového. Poslední skupinou, na kterou bude farma cílit jsou majitelé koní, kteří nemají vlastní zázemí a chtějí ustájit koně v prostředí s individuálním přístupem a možností ubytování.

Marketingové aktivity budou probíhat s využitím webových stránek, reklam na sociálních sítích a letáků v infocentrech přilehlých měst. Konkrétní pobyt či dárkový poukaz bude možné zakoupit na webových stránkách. Možnost ustájení bude propagována na webových stránkách a sociálních sítích formou reklamy a příspěvků ve specializovaných skupinách.

4.3 Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy

Firma je ve vlastnictví pana Ing. Františka Pospíšila a Marie Pospíšilové. Profesní a osobní údaje o vlastnících jsou vyobrazeny v příloze C.

Motivace majitelů, začít toto podnikání pramení z několika skutečností. První z těchto skutečností je nabytí ideálních pozemků a nemovitostí pro toto podnikání. Majitelé cítí potřebu areál farmy zvelebit a patřičně ho využít místo toho, aby nadále chátral. Dalším z důvodů, proč se majitelé rozhodli začít podnikat touto formou je fakt, že již od útlého věku byli součástí života na statku. Majitelé chtějí v dnešní době tento vzrůstající fenomén života na farmě dopřát lidem, kteří takové možnosti nemají. Posledním z důvodů, které autorka uvede, je touha být pánem svého času.

4.4 Popis podniku

V současné době, je farma v provozu již 9 let. V předešlých letech se na farmě chovali prasata, ovce, skot, drůbež, králíci a koně. Farma je provozována v areálu bývalého vepřína. Zemědělské objekty v areálu majitelé odkoupili od ZOS Kačina a. s. v roce 2012. Pozemky vlastnili již dříve. V roce 2012 začaly první pokusy o podnikání v tomto areálu. Během podnikání majitelé zjistili, že některá zvířata jsou více náročná na chov a z toho důvodu se rozhodli v tomto podnikatelském záměru cílit především na chov prasat a ustájení koní.

Areál, ve kterém bude podnikatelský plán naplňován je v současné době v rekonstrukci. Než započne samotné podnikání, bude nutné budovy zrekonstruovat a připravit na chov. Rekonstrukce se týká budov množírny (A), hlavní budovy (B), stáje (C), stáje (D). U budovy E není v plánu rekonstrukce, tato budova bude zdemolována a vzniklý prostor bude využit pro budoucí výstavbu jízdárny. Tyto budovy jsou znázorněny na následujícím obrázku.

Obrázek 2 Letecký snímek areálu

Zdroj:(22)

U budovy A, tedy množírny, je nutná rekonstrukce stávajících kotců. Budovu B, je třeba znovu zastřešit po požáru, vybudovat zde apartmány a kancelář. V přízemí je v budoucnu plánováno vytvoření restauračního zařízení a multifunkčního sálu. Stáje v budově C a D vyžadují rekonstrukci střech a vystavění boxů pro koně.

Také probíhá proces výměny pozemků, které jsou ve vlastnictví obce a sousedí s areálem farmy. Tyto pozemky jsou důležité pro ustájení koní, a to z důvodů nutných výběhů. V současné době je areál o rozloze 2,62 ha nedostatečný. Po výměně pozemků s obcí přibude k současným výběhům 3 ha. Na následujícím obrázku je modře vyznačen stávající pozemek farmy a červeně je znázorněný pozemek po výměně.

Obrázek 3 Rozložení pozemku

Zdroj: (22)

V současné době jsou na farmě chováni koně, prasata a drůbež. Výše popisovaná rekonstrukce již probíhá a její dokončení je plánováno na březen 2022.

Cílem majitelů je úspěšně realizovat podnikatelský plán a uspokojit potřeby budoucích zákazníků. Podnikání bude probíhat v oblasti ubytovacích služeb, chovu prasat a ustájení koní. Podnikání se bude ale také soustředit na samotnou agroturistiku. V tomto případě budou mít turisté možnost vyzkoušet si běžnou práci v zemědělství, podnikatelé jim vysvětlí práci, která je běžně vykonávána. Budou mít také možnost výuky ježdění na koni a péči o něj. Majitelé budou vlastnit i jiná zvířata, něž prasata a koně. Turisté si budou moci vyzkoušet všechny činnosti prováděné při péči o zvířata na farmě. Tímto jim bude umožněno, se i částečně zapojit do chodu farmy.

Majitelé se budou tedy zabývat množením prasat, jejich výkrmem a následným prodejem, dále ustájením koní a výukou ježdění na koni. Vše bude spojené s poskytováním ubytovacích služeb.

V objektu hlavní budovy budou k dispozici tři plně vybavené apartmány každý s kapacitou čtyř osob. Také dva pokoje se sociálním zařízením každý s kapacitou čtyř osob. Toto ubytování bude k dispozici celoročně a nebude vázáno na činnosti spojené s agroturistikou. V ceně ubytování bude zahrnuto parkování v areálu farmy.

Výhodou farmy je její výborná dopravní dostupnost, v obci se nachází jak vlakové nádraží, které leží na hlavní trase (Praha-Česká Třebová) tak i 3 autobusové zastávky.

Majitelé budou z počátku zaměstnávat pouze ošetřovatelku koní. Majitel se bude starat o celkový chod farmy, ubytování turistů, jejich činnosti na farmě a správu sociálních sítí a webu. Majitelka bude obstarávat chov prasat, úklid a zásoby. Ošetřovatelka se bude starat o koně (krmení, čištění, trénink) a také bude vyučovat jízdu na koni.

4.5 Postavení firmy na trhu, konkurence

Postavení firmy na trhu a její konkurence bylo zanalyzováno pomocí následujících analýz. Pro analýzu makroprostředí autorka zvolila PEST analýzu. Mikroprostředí je analyzováno pomocí Porterovy analýzy pěti konkurenčních sil. Poslední analýza, která je v této podkapitole vytvořena je analýza vnitřního prostředí firmy, jež je provedena pomocí SWOT analýzy.

4.5.1 PEST analýza

Tato analýza byla využita pro analýzu makroprostředí podniku. Název této analýzy je odvozen od počátečních písmen jednotlivých sil, které na podnik působí. Součástí jsou tedy P – politicko-legislativní, E – ekonomické, S – sociokulturní a T – technologické faktory.

- POLITICKO-LEGISLATIVNÍ PROSTŘEDÍ

Legislativa ohledně podnikání v zemědělství a agroturistice není nijak zásadně politicky omezena. Naopak je toto podnikání podporováno formou dotací. Podnikatel má povinnost dodržovat zákony týkající se podnikání. Mezi tyto zákony patří například Obchodní zákoník, Živnostenský zákon a Občanský zákoník. Vzhledem k živnosti na poskytování ubytovacích služeb se podnikatele týká také Elektronická evidence tržeb, která je povinná.

- EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ

Ekonomické prostředí ovlivňuje nezaměstnanost. Tento makroekonomický ukazatel, vzhledem k pandemii v posledním roce začal narůstat. Před pandemií se nezaměstnanost pohybovala okolo hodnoty 3 %. V období od března 2020 nezaměstnanost pozvolně roste. V lednu 2021 činila nezaměstnanost 4.3 %. [23]

- SOCIOKULTURNÍ PROSTŘEDÍ

Agroturistika se v posledních letech začala dostávat v ČR do povědomí obyvatel. Lidé se začali zajímat o kvalitní odpočinek od psychicky náročné práce. V hledáčku mají tito lidé oblasti bez hluku na vesnicích, okrajích měst či v chatových osadách.

S 850 obyvateli je obec Záboří nad Labem klidná, malá vesnice, která má ale výbornou dopravní dostupnost [24].

- TECHNOLOGICKÉ PROSTŘEDÍ

V zemědělství používané technologie se neustále vyvíjí, je zde snaha o co nejvyšší šetrnost k životnímu prostředí. Jsou vyvíjeny nové přístroje, jež mají za úkol ulehčit práci zemědělcům a ušetřit jejich čas. Dalším tématem, které je aktuální je technologie úsporného nakládání s odpadem a jeho znovupoužití.

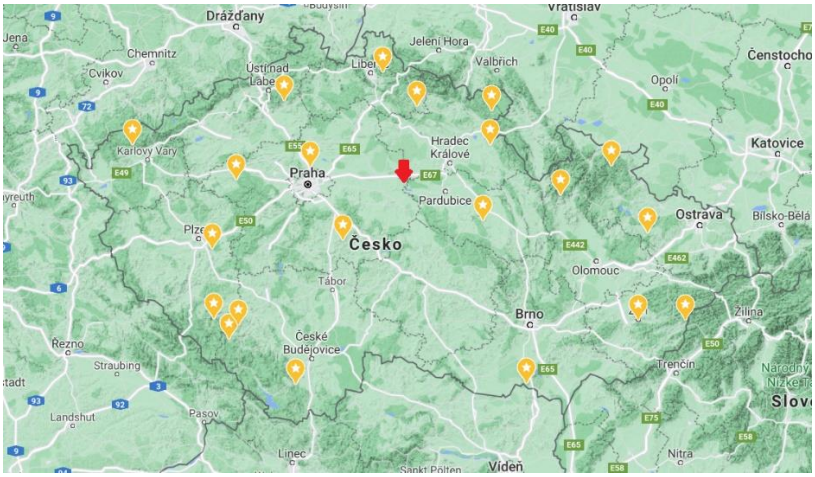
Vývoj nových technologií sebou nese nedostatky, které nutí stále vylepšovat některé výrobky. Mezi tyto výrobky řadíme například i postřiky a hnojiva.

4.5.2 Porterova analýza pěti sil

Tato analýza hodnotí mikroprostředí podniku. Mikroprostředí na podnik působí nejvíce a lze ho určit prostřednictvím Porterova modelu pěti sil. Porterův model využívá současnou konkurenci, potenciální konkurenci, substituty, dodavatele a zákazníky.

- SOUČASNÁ KONKURENCE

Konkurence v poskytování služeb v oblasti agroturistiky je v české republice malá. Podniky se nacházejí nejblíže 70 km od plánovaného podnikatelského plánu. Konkurenci má tedy podnikatelský plán malou. Rozmístění konkurenčních farem v ČR je vyobrazeno na následujícím obrázku. Žluté body představují konkurenční agroturistické farmy. Červená šipka představuje umístění Agrofarmy Doubravka.



Obrázek 4 Rozmístění konkurence v ČR

Zdroj: (25)

- POTENCIÁLNÍ KONKURENCE

Každá potenciální nová konkurence, znamená pro farmu určité riziko. Při vzniku dalšího podniku v okolí ale hraje ve prospěch stávajícího podnikatelského plánu fakt, že vybudování agroturistické farmy je časově i finančně náročné a rovněž klade nemalé nároky na volbu vhodné lokality. Vybudovat takovéto farmy je záležitostí minimálně několika let. Tudíž při nástupu nové konkurence bude mít farma dostatek času na tuto konkurenci zareagovat.

- POSKYTOVATEL SUBSTITUTŮ

Agroturistika může mít hned několik substitutů. Mezi tyto substituty lze zahrnout například pobyty na chatách, výlety do přírody, kempy a další. Dalším možným substitutem může být nabídka služeb ze strany cestovních kanceláří.

- DODAVATELÉ

Podnikatel bude nakupovat seno, slámu a obilí od místního zemědělce. Dodávky budou probíhat jednou měsíčně. Krmné směsi budou poskytovány místním prodejcem krmiv a závoz těchto krmiv bude též probíhat jednou za měsíc.

Podnikatel bude využívat služby dvou veterinářů. Jeden veterinář bude obecně specializovaný na hospodářská zvířata a druhý bude farmě zajišťovat péči o koně. Veterináři budou zvířata pravidelně očkovat, kontrolovat a v případě potřeby provedou nutné zákroky. Veterinář se specializací na koně bude tyto úkony provádět se souhlasem majitele ustájených koní. Náklady za péči veterináře koní si budou hradit majitelé ustájených koní.

- ZÁKAZNÍCI

Zákazníci jsou pro podnikatele existenčně důležití. Ubytování na farmě nabízí řadu specifik. Tato specifika mohou být pro zákazníka prioritní při volbě ubytování, nebo naopak se díky nim stane farma pro zákazníky nevyhovujícím objektem k rekreaci. Každý zákazník má jiné představy a preference ohledně ubytování. Odlišnost jednotlivých zákazníků musí podnikatel vyvážit komplexní nabídkou a propagací, která upoutá nové zákazníky a následně udrží i ty stávající.

4.5.3 SWOT analýza

Tato analýza byla vybrána pro účel zhodnocení vnitřního prostředí podniku. Silné stránky jsou pro podnik výhodami či novými možnostmi uplatnění na trhu. Naopak slabé stránky snižují konkurenceschopnost. Příležitosti vyjadřují možnosti, kterých je třeba se chopit pro aktivní rozvoj a zdravou funkci podniku. Hrozby představují pro podnik nebezpečí, které musí podnikatel brát v potaz a přizpůsobit se mu. Analýza je vyobrazena v následující tabulce.

Tabulka 1 SWOT analýza

Silné stránky	**Slabé stránky**
Dopravní dostupnost Nově zrekonstruovaný areál Moderní vybavení Přírodní a kulturní bohatství v okolí podniku	Časová náročnost Neurčitá pracovní doba Neustálý dohled nad zákazníky
Příležitosti	**Hrozby**
Minimální konkurence Možnost čerpání dotací Zvýšený zájem o přírodu a venkov Zvyšující se povědomí o agroturistice	Pandemie onemocnění Covid-19 Nezájem o nabízené služby Nový konkurenční podnik v okolí Zdražení materiálu Legislativa Počasí Onemocnění zvířat

Zdroj: Autor

4.6 Marketingový plán

Farma bude cílit především na mladé rodiny s dětmi, cykloturisty a majitele koní k ustájení. V závislosti na tyto segmenty zvolila marketingový mix.

4.6.1 Produkt

Hlavními produkty, které farma bude nabízet budou: ubytování, agroturistika chov prasat a ustájení koní.

- UBYTOVÁNÍ

Moderní ubytování ve třech apartmánech a dvou pokojích o celkové kapacitě 20 osob přislibuje zákazníkům soukromí a osobní přístup. Hosté mají k dispozici zázemí venkovní kuchyně s grilem a posezením. V ceně ubytování je i možnost použití venkovního bazénu.

Ubytování v moderních apartmánech zahrnuje vlastní koupelnu, sociální zařízení a plně vybavený kuchyňský kout. V případě ubytování v pokojích je rozdíl ve vybavení pokoje oproti apartmánu pouze ve vybaveném kuchyňském koutu, kterým ubytování v pokoji nedisponuje. Hosté mají možnost bezplatného vypůjčení dětské postýlky na dobu pobytu.

- AGROTURISTIKA

Tato forma turistiky umožní nejen lidem, kteří bydlí ve městě vyzkoušet si život na farmě, jak vypadal dříve a užít si kouzlo venkova. Naši zákazníci mají možnost se touto zábavnou, naučnou formou dozvědět, jak vypadá běžný den na farmě. Agroturistika má pro zákazníka pozitivní vliv na psychiku, a umožňuje odreagování od běžného často stereotypního života, který je ve 21. století plný stresu a napětí.

Zákazníci se na farmě mohou setkat se zvířaty a především pohodovým, domácím a přátelským prostředím, které zaručuje klid a psychickou relaxaci. Díky tomu se zákazníci budou chtít na farmu pravidelně vracet.

- CHOV PRASAT

Chov prasat bude realizován především pro vlastní potřebu farmy. Bude sloužit jako zdroj prasat na porážku v rámci prezentovaných domácích zabijaček a dále jako zdroj zážitků pro ubytované klienty. Přebytky odchovaných prasat budou prodány na jatka.

- USTÁJENÍ KONÍ

Farma nabízí zároveň možnost majitelům koní k ustájení jejich koní. Budou zde vybudovány prostorné zastřešené boxy. Příjemné prostředí rodinné farmy s kvalifikovanou trenérkou a zároveň ošetřovatelkou. Krmení bude probíhat dvakrát denně a bude rovněž možné kromě základního krmení senem a jadrným krmivem po domluvě zařadit do stravy koní další suplementy dodané majitelem koně. Všechny boxy budou vybaveny výklopným žlabem, napáječkou a gumovou podlahou. Je zde k dispozici osvětlená kruhová jízdárna a ve výstavbě je také venkovní jízdárna o velikosti 40x50 metrů. Pro majitele koní bude vybudována útulná klubovna s kuchyňkou, sprchou a sociálním zařízením. Také bude k dispozici prostorná sedlovna.

4.6.2 Cena

Zdrojem příjmů z podnikání je cena za nabízené služby. Cena je tvořena tak, aby pokryla nutné náklady a také aby byl vytvářen zisk z podnikání.

- UBYTOVÁNÍ

Ubytování v apartmánech a pokojích, cena je uvedena za osobu na jednu noc. Rekreační poplatek obci činí 600 Kč na rekreační objekt za rok. Tento poplatek je zohledněn v celkové ceně ubytování.

Tabulka 2 Ceník ubytování na osobu/noc

Typ	**Cena za noc**
Apartmán	1 800 Kč
Pokoj	1 450 Kč

Zdroj: Autor

- AGROTURISTIKA

V případě agroturistiky, mají turisté možnost sezónně se objednat na různé zážitkové akce. Tyto akce jsou především na víkend (2 noci). Může to být například tradiční zabijačka s ochutnávkou produktů.

Po domluvě lze na objednaný termín ubytování sjednat program na farmě, tento program zahrnuje ukázky běžných činností na farmě s přednáškou.

- USTÁJENÍ KONÍ

Cena ustájení je uvedena na období jednoho měsíce. Individuálně lze sjednat další doplňkové služby. Kapacita ustájení je 10 boxů. Každý box je prostorný, s napáječkou, výklopným žlabem s podestýlkou slámou, nárazově pilinami.

Tabulka 3 Ceník ustájení koní

Typ	Popis	Cena
Ustájení	Krmení 2krát denně, jadrné krmivo, objemové krmivo a seno	5 300 Kč
Ustájení na míru	Krmení až 3krát denně, jadrné krmivo, objemové krmivo a seno + vlastní suplementy dodané majitelem koně přidané do krmné dávky dle přání majitele	5 800 Kč

Zdroj: Autor

4.6.3 Místo

Farma je situována ve Středočeském kraji na okraji obce Záboří nad Labem. V blízkosti farmy vedou oblíbené cyklotrasy. Centrum města Kutná Hora, které je významnou památkou UNESCO, je vzdáleno cca 12 km. Nedaleko se nachází též Zámek Kačina, kam vzhledem ke vzdálenosti od farmy cca 6 km dojede návštěvník pohodlně na kole. Rodiny s dětmi také uvítají Habrkovický ringelland, kde jsou k vidění kočkovité šelmy a další exotická zvířata. Ringelland je od farmy vzdálený necelých 5 km, pěší cestou podél řeky.

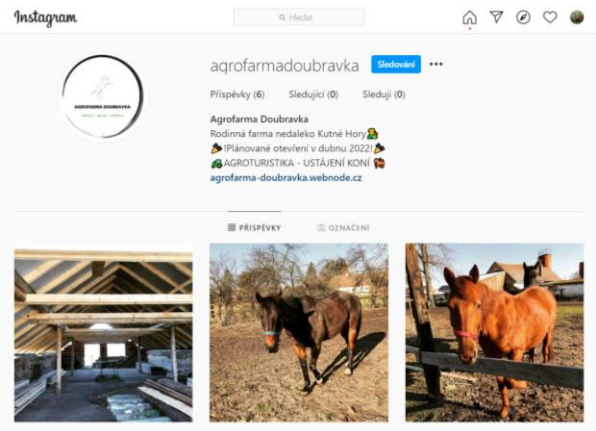
Majitelům koní můžeme zaručit nádherné projížďky po okolí, nachází se zde velké množství cest ideálních pro jízdu na koni. Vzhledem k blízkosti řeky je u farmy možné i plavení koní.

4.6.4 Propagace

Propagace bude probíhat především v online formě, ale použita bude i offline forma.

- ONLINE

Online propagace byla zvolena především z důvodu segmentu, mladých rodin s dětmi, cyklistů a majitelů koní. Propagace bude probíhat formou webových stránek a reklamy na sociálních sítích Facebook a Instagram. Plánuje zde vkládat pravidelně příspěvky a propagovat je formou placené reklamy. Podoba instagramového účtu je zobrazena na následujícím obrázku.



Obrázek 5 Instagramový účet

Zdroj: (26)

- OFFLINE

Pro propagaci formou offline budou využity letáky (příloha D) a vizitky. Letáky budou k dispozici v okolních infocentrech a vylepeny na vybraných reklamních plochách. Vizitky budou k dispozici především zákazníkům, kteří nás navštíví, a to z důvodu doporučení známým. Návrh podoby vizitky je na následujícím obrázku.

Obrázek 6 Vizitka

Zdroj: Autor

Propagace, pro kterou se farma rozhodla je tedy reklama na sociálních sítích, webové stránky, letáky a vizitky. Tato reklama bude podnikatele stát v prvním měsíci podnikání 4 903 Kč. Pravidelná měsíční platba za propagaci bude činit 2 249 Kč. Cenu jednotlivých položek propagace a výši pravidelných měsíčních plateb znázorňuje následující tabulka.

Tabulka 4 Náklady na propagaci

Položka	**Počet kusů**	**Cena za kus včetně DPH**	**Celkem s DPH**
Webové stránky	1	249 Kč / měsíc	249 Kč
Facebook reklama	1	1000 Kč / měsíc	1000 Kč
Instagram reklama	1	1000 Kč/ měsíc	1000 Kč
Vizitka	200	4,835 Kč	967 Kč
Leták A3	100	16,87 Kč	1 687 Kč
Celkem jednorázová platba za 1. měsíc			4 903 Kč
Celkem pravidelná platba jednou měsíčně			2 249 Kč

Zdroj: Autor

4.7 Personální zdroje a organizační plán

Farma bude z počátku zaměstnávat jen jednoho pracovníka, čímž bude spadat mezi malé podniky. Výběr zaměstnance bude probíhat především pomocí sociálních sítí. Na osobní pohovor budou pozváni pouze uchazeči, kteří splňují majiteli stanovená kritéria. Mezi hlavní kritéria patří, vzhledem k pozici ošetřovatele a trenéra koní, především předchozí zkušenosti s koňmi, certifikát trenéra, postoj ke zvířatům a také příjemné vystupování. Po osobním pohovoru bude následovat praktická část, a to ukázka jízdy na koni a práce s koňmi. V případě spokojenosti majitelů bude vybrán uchazeč a bude zaměstnán na farmě, a to formou hlavního pracovního poměru.

Majitel se bude starat o celkový chod farmy. Jeho náplní práce bude obsluha sociálních sítí, webových stránek a především administrativa. Majitel se též zapojí do chovu prasat a bude kontrolovat práci ostatních pracovníků. Mezi další povinnosti majitele bude objednávka zásob a kontrola hospodaření se zásobami.

Majitelka, jež bude vedena jako spolupracující osoba, bude mít na starosti především chov prasat, úklid a kontrolu zásob krmení. Též do náplně práce bude patřit komunikace s veterinářem a dohled na zdravotní stav zvířat. Majitelka bude provádět návštěvníky a poskytovat přednášky o farmě a běžných činnostech na ní.

Ošetřovatel/ka koní bude mít za úkol běžné činnosti spojené s ustájením koní. Mezi tyto činnosti patří krmení, vodění do výběhu, čištění boxů, čištění koní, zavírání koní, dohled na zdravotní stav zvířat a další činnosti spojené s ustájením. Další činností bude trénování, tato činnost bude probíhat po předchozí domluvě s majiteli koní.

4.8 Finanční plán

Pan Ing. František Pospíšil je fyzickou osobou, podniká podle zákona o živnostenském podnikání a v obchodním rejstříku zapsán není. Podnikání se rozhodl vést formou daňové evidence. Vzhledem k použití daňové evidence bude finanční plán tvořen na základě příjmů a výdajů, které souvisí se založením agroturistické farmy a jejím následným provozem.

Podnikatel pro své podnikání využije budovy a pozemky, které jsou v jeho vlastnictví. Z vlastních zdrojů vloží do podnikání ještě peněžní prostředky ve výši 3 000 000 Kč.

4.8.1 Zakladatelský rozpočet

Podnikatel zrekonstruuje hlavní budovu, chlév, a stáje z vlastních prostředků. Vybavení všech budov bude financovat z vlastních zdrojů. Na rekonstrukci a nákup vybavení vynaloží podnikatel 2 440 500 Kč.

Z peněžních prostředků pořídí majitel počáteční zásoby krmení, podestýlek a podobně. Tyto zásoby v hodnotě 55 000 Kč, využije v prvním měsíci podnikání. Podnikatel též nakoupí základní stádo prasniček v počtu 5 kusů za cenu 10 000 Kč. Zakladatelský rozpočet a jeho jednotlivé položky jsou znázorněny v nadcházející tabulce.

Tabulka 5 Zakladatelský rozpočet

Výdaje	**Cena v Kč**
Ohlášení živnosti, výpis z RT a pod	1 500,-
Rekonstrukce	2 000 000,-
Vybavení ubytování	230 000,-
Vybavení stájí a klubovny	114 000,-
Vybavení chléva	20 000,-
Počítač s příslušenstvím a mobilní telefon	10 000,-
Krmení	55 000,-
Základní stádo	10 000,-
Celkem	**2 440 500,-**

Zdroj: Autor

4.8.2 Předpokládané výdaje

Předpokládané výdaje jsou lehce nadhodnocené a tvoří je provozní, personální výdaje a výdaje na zásoby.

- PROVOZNÍ VÝDAJE

Tento druh výdajů, vynakládá podnik na provoz a zajištění chodu farmy každý měsíc. Rozpis provozních výdajů je v následující tabulce.

Tabulka 6 Provozní výdaje v Kč

Výdaj	**Cena za měsíc**	**Cena za rok**
Energie	5 500,-	66 000,-
Telefon a internet	2 500,-	30 000,-
Koncesionářský poplatek	945 Kč	11 340,-
Propagace	2 249,-	26 988,-
Ostatní (Poplatek obci, …)	2 000,-	24 000,-
Opravy a údržba	1 000,-	12 000,-
Celkem	**14 194,-**	**170 328,-**

Zdroj: Autor

Druhý a třetí rok by měly být provozní výdaje na stejné výši. Možné navýšení lze očekávat pouze v případě energií.

- PERSONÁLNÍ VÝDAJE

Personální výdaje budou kalkulovány na období jednoho měsíce. Farma bude zaměstnávat pouze ošetřovatelku koní. Částka je včetně odvodu sociálního a zdravotního pojištění za zaměstnance. Celková částka personálních výdajů za rok činí 1 011 240 Kč, což je patrné z následující tabulky.

Tabulka 7 Personální výdaje v Kč

Výdaj	**Celkem za měsíc**	**Celkem za rok**
Majitel	30 000,-	360 000,-
Spolupracující osoba	25 000,-	300 000,-
Ošetřovatelka	29 270,-	351 240,-
Celkem	**84 270,-**	**1 011 240,-**

Zdroj: Autor

- VÝDAJE NA ZÁSOBY

Mezi výdaje na zásoby řadíme především výdaje na krmení pro zvířata, podestýlku a ostatní drobné výdaje. Výdaje na zásoby mohou kolísat v závislosti na počtu ustájených koní, selat a březosti prasnic. Přehled měsíčních výdajů na zásoby je znázorněn v následující tabulce.

Tabulka 8 Měsíční výdaje na zásoby v Kč

Výdaj	**Celkem za měsíc**	**Celkem za rok**
Krmení a podestýlka	55 000,-	660 000,-
Ostatní	3 000,-	36 000,-
Celkem	**58 000,-**	**696 000,-**

Zdroj: Autor

Příští tabulka znázorňuje celkové výdaje za první rok podnikání, a to včetně počáteční investice související s počátkem podnikání

Tabulka 9 Roční výdaje na zásoby v Kč

Výdaj	**Měsíčně**	**Ročně**
Provozní výdaje	14 194,-	170 328,-
Personální výdaje	84 270,-	1 011 240,-
Výdaje na zásobování	58 000,-	696 000,-
Celkem	**156 464,-**	**1 877 568,-**
Jednorázové výdaje související s počátkem podnikání		2 440 500,-
Celkové výdaje za 1. rok podnikání		4 318 068,-

Zdroj: Autor

V následující tabulce je vyjádřen predikovaný přehled výdajů v dalších letech činnosti. Majitel předpokládá každoroční zvýšení výdajů na zásobování v závislosti na růstu cen o 2,5 %.

Tabulka 10 Předpokládané výdaje ve 2. a 3. roce podnikání v Kč

Výdaj	**2. rok**	**3. rok**
Provozní výdaje	170 328,-	170 328,-
Personální výdaje	1 011 240,-	1 011 240,-
Výdaje na zásobování	713 400,-	731 235,-
Celkem	**1 894 968,-**	**1 912 803,-**

Zdroj: Autor

4.8.3 Předpokládané příjmy

Při stanovení předpokládaných příjmů je třeba počítat s různými možnostmi. Z důvodu reálnosti jsou vypracovány tři varianty předpokládaných příjmů. První z variant je optimistická, kdy jsou kapacity podniku zaplněny na 80 %. Druhou variantou je realistický pohled na příjmy, kdy jsou kapacity zaplněny na 60 %. Pro podnikatele nejméně příjemnou variantou je pesimistický pohled, při této variantě uvažujeme o zaplnění pouze 30 % kapacit.

Počet přenocování v ubytovacích kapacitách je při pesimistickém pohledu pouze 412,5 nocí z 1 375 možných. Průměrná cena ubytování je 1 660 Kč na jednu noc. Výkrm prasat bude uvažován při 110 kusech selat za rok, v prvním roce podnikání naroste do jateční váhy pouze 55 prasat. Při průměrné výkupní ceně 25 Kč za kilogram živé váhy a váze 115 kg,

je výkupní cena jednoho prasete 2 875 Kč. Následující tabulka, vyobrazuje pesimistický pohled na příjmy v prvním roce podnikání.

Tabulka 11 Pesimistický pohled – příjmy v prvním roce podnikání

	Počet v ks	**Cena v Kč**	**Tržba za rok v Kč**
Ubytování	412,5	1 660,-	684 750,-
Ustájení koní	3	5 300,- /měsíc	190 800,-
Výkrm prasat	55	2 875,-	158 125,-
Celková tržba a rok			**1 033 675,-**

Zdroj: Autor

Optimistický pohled na příjmy je zobrazen v příští tabulce. V prvním roce podnikání, optimistický pohled počítá s částkou 34 Kč za kilogram živé váhy při prodeji vykrmených prasat. Tato cena znamená výkupní cenu 3 910 Kč za prase.

Tabulka 12 Optimistický pohled – příjmy v prvním roce podnikání

	Počet v ks	**Cena v Kč**	**Tržba za rok v Kč**
Ubytování	1 100	1 660,-	1 826 000,-
Ustájení koní	8	5 300,- /měsíc	508 800,-
Výkrm prasat	55	3 910,-	215 050,-
Celková tržba a rok			**2 549 850,-**

Zdroj: Autor

U realistického pohledu je využití ubytovací kapacity 825 přenocování. Ustájených koní je celkem 6 a při ceně 5 300 Kč za měsíc je roční výdělek 381 600 Kč. Pro výkrm prasat znamená realistický pohled výkupní cenu živé váhy 30 Kč za kilogram, při váze 115 Kg je výdělek z prodeje prasat 189 750 Kč. Realistický pohled na příjmy v prvním roce podnikání je znázorněn v nadcházející tabulce.

Tabulka 13 Realistický pohled – příjmy v prvním roce podnikání

	Počet v ks	**Cena v Kč**	**Tržba za rok v Kč**
Ubytování	825	1 660,-	1 369 500,-
Ustájení koní	6	5 300,- /měsíc	381 600,-
Výkrm prasat	55	3 450,-	189 750,-
Celková tržba a rok			**1 940 850,-**

Zdroj: Autor

Majitel předpokládá, že v průběhu let získá stálé zákazníky, a proto očekává nárůst zájmu o poskytované služby. Majitel odhaduje růst tržeb o 4 % ročně. V dalších letech oproti prvnímu roku bude na jatka prodáno 110 prasat za rok. Následující tabulka znázorňuje prognózu příjmů farmy v druhém a třetím roce podnikání.

Tabulka 14 Předpokládané příjmy ve 2. a 3. roce podnikání v Kč

Varianta	**2. rok**	**3. rok**
Pesimistická	1 226 822,-	1 263 245,-
Optimistická	2 858 292,-	2 955 420,-
Realistická	2 200 644,-	2 273 490,-

Zdroj: Autor

4.8.4 Předpokládaný hospodářský výsledek

Následující tabulka vyobrazuje pesimistický, optimistický a realistický pohled na předpokládaný hospodářský výsledek v prvním roce podnikání.

Tabulka 15 Předpokládaný hospodářský výsledek v 1. roce podnikání v Kč

	Pesimistický pohled	**Optimistický pohled**	**Realistický pohled**
Příjmy	1 033 675	2 549 850	1 940 850
Výdaje	1 877 568	1 877 568	1 877 568
HV před zdaněním	-843 893	672 282	63 282
Daň	0	100 842	9 492
HV po zdanění	**-843 893,-**	**571 440,-**	**53 790,-**

Zdroj: Autor

Následující tabulka znázorňuje pesimistický, optimistický a realistický pohled na předpokládaný hospodářský výsledek ve 2. a 3. roce podnikání.

Tabulka 16 Předpokládaný hospodářský výsledek ve 2. a 3. roce podnikání v Kč

	2. rok podnikání		**3. rok podnikání**	
	HV před zdaněním	HV po zdanění	HV před zdaněním	HV po zdanění
Pesimistický pohled	-678 146,-	-678 146,-	-649 558,-	- 649 558,-
Optimistický pohled	963 324,-	818 825,-	1 042 617,-	886 224,-
Realistický pohled	305 676,-	259 325,-	360 687,-	306 584,-

Zdroj: Autor

Z tabulek výše je zjevné, že v případě pesimistického pohledu je podnik ztrátový, a tudíž není životaschopný. Farma by mohla vykazovat stálý zisk, v případě, že se poptávka bude pohybovat v hodnotách realistického pohledu. Vzhledem k sezónnosti, kterou majitel očekává, mohou tržby za ubytování v jednotlivých měsících kolísat. V případě prodeje prasat se očekává prodej nejvýše 2krát do roka. Tržby z této činnosti bude farma vykazovat nejvýše 2krát ročně. V tento moment lze říct, že farma při realistickém pohledu má šanci stát se životaschopnou.

4.9 Rizika projektu

Poslední část podnikatelského plánu je věnována analýze rizik projektu. Míra pravděpodobnosti rizika bude hodnocena podle následující tabulky. V tabulce je uvedena pravděpodobnost rizika, u které je uveden slovní komentář k velikosti dopadu na podnikání.

Tabulka 17 Hodnocení dopadu rizik

Pravděpodobnost výskytu	**Slovní zhodnocení**	**Slovní vysvětlení velikosti dopadu rizika**
1	Malá	Riziko neohrozí souvislý chod podnikání
2	Střední	Riziko by mohlo narušit uskutečnění plánu
3	Velká	Riziko znamená pro uskutečnění plánu fatální následky

Zdroj: Autor

Následující tabulka obsahuje analýzu rizik s návrhy preventivních opatření.

Tabulka 18 Analýza rizik

Riziko	**Míra pravděpo-dobnosti rizika**	**Míra ovlivni-telnosti rizika**	**Preventivní opatření**
Nová konkurence	2	Částečná	Poskytnutí kvalitních služeb, za kterými se budou chtít návštěvníci vracet
Nízká poptávka	2	Částečná	Účinná pravidelná propagace
Neúčinnost propagace	2	Úplná	Kontrola dosahu, případné změny v propagaci (atraktivnější příspěvky, soutěže, …)
Nezájem o agroturistiku	1	Částečná	Poskytnutí kvalitních služeb, zatraktivnění agroturistiky
Nemoc zvířat	3	Částečná	Pravidelné veterinární prohlídky
Nepříznivé klima	2	Žádná	Nelze ošetřit
Mikroekonomické	3	Žádná	Nelze ošetřit
Makroekonomické	3	Žádná	Nelze ošetřit

Zdroj: Autor

4.10 Přílohy podnikatelského plánu

Tento podnikatelský plán neobsahuje žádné přílohy. V případě potřeby je možné přílohy přidat. Mezi možné přílohy podnikatelského plánu můžeme zařadit například strukturované životopisy majitelů, výpis z katastru nemovitostí, projekt rekonstrukce stavby.

5 Zhodnocení reálnosti podnikatelského plánu

Následující kapitola obsahuje vyhodnocení podnikatelského plánu Agrofarma Doubravka. Byla zde vyhodnocena rizika realizace podnikatelského plánu. Mezi vyhodnocovaná rizika bude zahrnuta riziko špatného odhadu poptávky, riziko vstupu nové konkurence na trh a riziko zdražení materiálů.

Také bude vypočítána návratnost počáteční investice do rekonstrukce a vybavení farmy.

5.1 Zhodnocení rizik realizace podnikatelského plánu

Tato kapitola je zaměřena na oblasti možných rizik vznikajících při realizaci podnikatelského plánu. Mezi hlavní rizika řadíme především špatný odhad poptávky po našich službách a zdražení materiálu (krmení, podestýlka, …). Dalšími riziky jsou vstup nového konkurenta a makroekonomické riziko.

5.1.1 Riziko špatného odhadu poptávky

Toto riziko vyhodnocujeme jako nejzásadnější. Pravděpodobnost špatného odhadu poptávky je vysoká a pro farmu může mít fatální následky.

Poptávku po ubytování na farmě, nelze přesně odhadnout, a to především z důvodu, že v blízkém okolí žádná takováto farma není.

Odhad poptávky po ustájení, který byl konzultován s 10 majiteli koní v blízkém okolí, je již přesnější. Vzhledem k zvyšující se atraktivitě chovu koní a sportu je pravděpodobný velký zájem o ustájení. Kvalitní ustájení s ochotnými majiteli, individuálním přístupem a dobrým zázemím je hojně vyhledávanou službou. Předpoklad poptávky po ustájení je ve výpočtech podhodnocen.

Nakonec odhad poptávky po jatečních prasatech. Množství chovaných prasat se odvíjí od odhadu poptávky po jejich odkupu. V podnikatelském plánu je počítáno s prodejem jatečních prasat na jatka. V samotném podnikání ale majitelé počítají s prodejem prasat soukromým osobám a věří, že prasat, kteří se prodají na jatka bude pouze malé množství, a to v řádu 20 %.

V případě pesimistické varianty, kdy je poptávka po službách ustájení koní a ubytování pouze ve výši 30 %, by si farma na svůj chod nebyla schopna vydělat dostatek peněžních

prostředků. Nedostatek peněžních prostředků a ztrátovost by vedla k nevyhnutelnému konci podnikání.

5.1.2 Vstup nového konkurenta

Toto riziko hodnotíme jako méně zásadní. Vzhledem k množství a zvětšujícím se povědomí o agroturistických farmách v České republice, je vstup nového konkurenta na trh velice pravděpodobný. Vybudování agroturistické farmy není otázka několika týdnů. Úspěšné vybudování fungující agroturistické farmy je otázka několika měsíců až několika let. Z tohoto důvodu nevidíme vstup nového konkurenta jako zásadní. Než se nový konkurent dostane na trh a začne podnikat, tak na tento nástup stihne farma zareagovat a vytvořit strategii pro udržení se na trhu.

5.1.3 Zdražení materiálu

Zdražení materiálů je z hlediska rizikovosti velkým problémem. Mezi hlavní materiály, které farma nakrmuje je především krmivo (obilí, seno, sláma a další). Zdražení tohoto materiálu závisí především na klimatických podmínkách a dotacích na pěstování jiných plodin. Růst cen těchto materiálů podnikatel předpokládá, ale nelze přesně odhadnout, jak rychle budou růst.

5.2 Výpočet návratnosti investice

Finanční efektivnost podnikání, bude zhodnocena dobou návratnosti realistického pohledu. Prostřednictvím této metody je předpovídána doba, za kterou se příjmy z investice do podnikání vyrovnají investičním výdajům. Výpočet doby návratnosti bude vycházet z hospodářského výsledku po zdanění porovnávaného s celkovými výdaji nezbytnými pro zahájení podnikání.

Tabulka 19 Doba návratnosti

Rok podnikání	HV po zdanění v Kč	Kumulovaný HV v Kč
1	53 790,-	53 790,-
2	98 537,-	152 327,-
3	145 296,-	297 623,-
4	194 153,-	491 776,-
5	245 197,-	736 974,-
6	298 522,-	1 035 496,-
7	354 225,-	1 389 721,-
8	412 407,-	1 802 128,-
9	473 174,-	2 275 302
10	536 635,-	2 811 936,-

Zdroj: Autor

Z tabulky je zjevné, že při počáteční investici 2 440 500 Kč, je doba návratnosti investice necelých 9 let a 4 měsíce. Značně dlouhou dobu návratnosti lze přisuzovat poměrně vysoké počáteční investici do začátku podnikání.

V případě, že se podnikatel bude držet své vize, bude na farmě do 4 let od otevření vybudováno restaurační zařízení. Další plány zahrnují organizaci svatebních a narozeninových oslav. Je předpokládáno, že v případě úspěšnosti dlouhodobých cílů, bude zisk farmy růst, a tudíž se zkrátí doba návratnosti investice.

Vzhledem k dlouhé životnosti investice a dlouhodobým plánům autorka realizaci podnikatelského plánu doporučuje.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu začínajícího podniku a zhodnocení reálnosti jeho provedení.

První část práce definuje vybrané pojmy z managementu. Dále vymezuje pojem podnikání, jednotlivé podnikatelské formy a také pojem agroturistika. Poslední kapitola této části obsahuje charakteristiku samotného podnikatelského plánu včetně struktury, která byla v práci využita.

Druhá, praktická část práce obsahuje samotný podnikatelský plán Agrofarma Doubravka, která měla své základy v teoretické části práce. Tento podnikatelský plán se blíže zaměřuje na části popisu podniku, marketingového plánu a finančního plánu podniku. Zaměření podnikatelského plánu vychází z faktu, že je podnikatelský plán vytvořen pro potřeby podnikatele

V podnikatelském plánu byl nejprve představen podnik a popsána podnikatelská příležitost. Dále byla vypracována STEP analýza, Porterova analýza pěti sil a SWOT analýza. Následoval marketingový plán, jehož součástí jsou ceníky za nabízené služby, jejich popis a rozpočet na propagaci. Personální plán popisuje jedinou pozici, kterou bude v podniku třeba obsadit, čímž je pozice ošetřovatele koní. Následuje rozsáhlý finanční plán, kterého je součástí zakladatelský rozpočet, předpokládané příjmy a předpokládané výdaje, a nakonec i předpokládaný hospodářský výsledek. Finanční plán je vypracován ve třech variantách na období třech let. Poslední částí podnikatelského plánu je analýza rizik.

Poslední částí praktické části bakalářské práce je zhodnocení reálnosti podnikatelského plánu. Zhodnocení reálnosti se odvíjí především od zhodnocení vybraných rizik a výpočtu návratnosti investice.

V souvislosti s výsledky a propočty realistického pohledu podnikatelského plánu je možno prohlásit, že v případě udržení hospodářského výsledku na predikovaných hodnotách je podnikatelský záměr Agrofarma Doubravka životaschopný a lze ho realizovat.

Dle názoru autorky byl cíl práce splněn.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] ŽÁČEK, Vladimír. Management podniku, 2. přepracované vydání. 2. vydání. Praha: ČVUT Praha, 2016, 186 s. ISBN 978-80-01-05980-7.

[2] ŠTRACH, Pavel. Principy managementu. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2007. 153 s. ISBN 978-80-86730-23-3.

[3] Koontz. H., Weihrich. H., Management, 1. vydání. Praha, Victoria Publishing, 1993, 659 s. ISBN 80-856-0545-7.š

[4] FOTR, Jiří a Lenka ŠVECOVÁ. Manažerské rozhodování: Postupy, metody a nástroje. Třetí, přepracované vydání. Praha: Ekopress, 2016, 474 s. ISBN 9788086929590.

[5] BRODSKÝ, Zdeněk, Milan SIEGL a Barbora ZEMANOVÁ. Management. 1. vydání. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2014. 105 s. ISBN 978-80-7395-857-2.

[6] SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti. 1. vydání. Praha: Grada, 2017, 227 s. ISBN 978-80-271-0407-9.

[7] STŘÍBRNÁ, Marie. Venkovská turistika a agroturistika. 1. vydání. Praha: Profi Press, 2015, 52 s. ISBN 978-80-8672-671-7.

[8] FINCH, Brian. How to Write a Business Plan: Win Backing a Support for Your Ideas a Ventures. 6rd edition. Velká Británie: Kogan Page, 2019, 192 s. ISBN 9780749486433

[9] ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele. 1. vydání. Praha: Grada, 2019, 248 s. ISBN 978-80-271-2182-3.

[10] JOHN, Vladimír. Jak podnikat bez rizika: Odhalená pravda o rizicích podnikání. 1. vydání. Praha: Meriglobe, 2016, 232 s. ISBN 978-80-88189-00-8.

INTERNETOVÉ ZDROJE

[11] Manažer. ManagementMania [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: https://managementmania.com/cs/manazer

[12] Mintzberg Model: 10 Different Roles of a Successful Manager | by Taskworld | Taskworld Blog | Medium. Medium – Where good ideas find you. [online]. Dostupné z: https://medium.com/taskworld-blog/mintzberg-model-10-different-roles-of-a-successful-manager-77f9d87b773c

[13] ČESKO. Zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník. In: Sbírka zákonů České republiky. 3. února 2012, částka 33, s. 1026-1365. Dostupný také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>.

[14] Podnikatel.cz [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: https://www.podnikatel.cz/pruvodce/jak-podnikat/zivnostenske-podminky/

[15] ČESKO. Zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání. In: Sbírka zákonů České republiky. Ze dne 22. října 1991, částka 87. Dostupný také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>
[16] ČESKO. Zákon č. 90/2012 Sb. o obchodních společnostech a družstvech. In: Sbírka zákonů České republiky. Ze dne 25. ledna 2012, částka 34. Dostupný také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90?text=90%2F2012>
[17] Agroturistika (Venkov, eAGRI). [online]. Copyright © 2009 [cit. 19.11.2020]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/venkov/prioritni-temata-site/agroturistika/>
[18] Analýza pěti sil 5F. ManagementMania [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: https://managementmania.com/cs/analyza-5f
[19] Co je vlastně ten marketingový plán? Promarketing.cz [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: https://www.promarketing.cz/2002/11/26/co-je-vlastne-ten-marketingovy-plan/azer
[20] Zakladatelský rozpočet. ALTAXO [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: https://www.altaxo.cz/zacatek-podnikani/podnikatelsky-plan/zakladatelsky-rozpocet
[21] Doba návratnosti. ManagementMania [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: https://managementmania.com/cs/doba-navratnosti
[22] Mapy [online]. [cit. 2021-03-04]. Dostupné z: https://mapy.cz/zakladni?x=15.3493467&y=50.0216970&z=19&l=0&base=ophoto&source=muni&id=3851
[23] Nezaměstnanost v ČR. KURZYCZ [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: https://www.kurzy.cz/makroekonomika/nezamestnanost/
[24] Počet obyvatel v obcích – k 1. 1. 2020. Český statistický úřad [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112019
[25] Mapy Google [online]. [cit. 2021-03-23]. Dostupné z: https://www.google.cz/maps/@49.6269379,13.7678266,7.31z/data=!4m2!10m1!1e1!5m1!1e4
[26] Instagram [online]. [cit. 2021-03-07]. Dostupné z: https://www.instagram.com/agrofarmadoubravka/

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A Přehled osobních a kapitálových společností dle parametrů 55

Příloha B Titulní strana podnikatelského plánu 56

Příloha C Profesní a osobní informace o majitelích farmy 56

Příloha D Leták – slavnostní otevření 58

Příloha A Přehled osobních a kapitálových společností dle parametrů

	s. r. o.	**a. s.**	**k. s.**	**v. o. s.**	**družstvo**
Počet zakladatelů	1 až 50 osob	1 právnická nebo 2 a více fyzických	Minimálně 2 osoby (komplementář a komanditista)	Minimálně 2 osoby	Minimálně 3 osoby
Základní kapitál	1 Kč	2 000 000 Kč nebo 80 000 EUR	Dle společenské smlouvy	Dle společenské smlouvy	Souhrn členských vkladů
Ručení	Společnost neomezeně Společníci do výše svého nesplaceného vkladu	Společnost neomezeně Akcionáři neručí za závazky společnosti	Komplementáři veškerým svým majetkem Komanditisté do výše nesplaceného vkladu	Neomezeně, společně a nerozdílně celým svým majetkem	Celým svým majetkem
Rozdělení zisku / ztráty	Zisk se dělí dle poměru podílů společníků	Zisk se dělí dle výše podílů společníků	Dělí se na polovinu mezi společnost a komplementáře	Rovným dílem	Podle výše jeho splněné vkladové povinnosti

Zdroj: (16)

Příloha B Titulní strana podnikatelského plánu

Podnikatelský plán Agrofarma Doubravka

Název subjektu:	Agrofarma Doubravka
Podnikatel:	František Pospíšil a Marie Pospíšilová
Právní forma:	Fyzická osoba
Sídlo a provozovna:	Záboří nad Labem Kateřinská ev. 11
Kontakt:	AgrofarmaDoubravka@seznam.cz

Předmět podnikání:

Volná ohlašovací živnost – Chov hospodářských zvířat, Chov koní

Koncesovaná živost – Ubytovací služby

Zdroj: Autor

autor Kateřina Pospíšilová

Leden 2021 Pardubice

Příloha C Profesní a osobní informace o majitelích farmy

Údaje o majiteli:

Jméno: Ing. František Pospíšil

Zaměstnání: Vedoucí městského odboru

Zkušenosti: 2016- současnost: vedoucí městského odboru

2008-2016: zástupce dopravního inspektorátu PČR

Pan inženýr má bohaté zkušenosti s chovem dobytka, a to již od svého mládí. Vzhledem ke zkušenostem s vedením, je schopen zvládnout administrativní zátěž založení podniku, a i vést případné zaměstnance.

Údaje o majitelce:

Jméno: Marie Pospíšilová

Zaměstnání: OSVČ

Zkušenosti: 2012- současnost: provoz hospodářství jako OSVČ

Paní majitelka již devátým rokem provozuje v areálu farmy živnost, a to konkrétně chov zvířat (prasata, ovce, drůbež, králíky, koně). Vystudovala obor Cestovní ruch zakončený maturitní zkouškou a má osmiletou praxi v hotelnictví.

Příloha D Leták – slavnostní otevření

AGROFARMA DOUBRAVKA

VENKOV – RELAX – ZVÍŘATA

SRDEČNĚ VÁS ZVEME NA SLAVNOSTNÍ OTEVŘENÍ AGROFARMY DOUBRAVKA

Kdy? 1. dubna 2022 v 15 hodin

Kde? Záboří nad Labem Kateřinská ev. 11

Bohatý doprovodný program, hry pro děti, prohlídka areálu a další aktivity

Dobrou náladu s sebou! 😊

Email: AgrofarmaDoubravka@seznam.cz

Tel: +420 758 659 632

Zdroj: Autor