

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

**Ekonomická fakulta
Katedra řízení**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání

Podnikatelský záměr zvolené agroturistické farmy

Vedoucí bakalářské práce
Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autorka
Martina Lemochová

2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Martina LEMOCHOVÁ**
Osobní číslo: **E08211**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Podnikatelský záměr zvolené agroturistické farmy**
Zadávající katedra: **Katedra řízení**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Cílem práce bude zanalyzování tržních podmínek a vypracování kompletní dokumentace podnikatelského záměru pro konkrétní zařízení dle aktuálních trendů ve venkovské turistice a agroturistice.

Metodický postup:

Bakalářská práce je zaměřena na využití zemědělské usedlosti v rámci diverzifikace službami cestovního ruchu s důrazem na konkrétní projekt v Jihočeském kraji. V rámci řešení práce autorka provede návrh optimálního podnikatelského záměru pro zařízení agroturistického typu. V práci budou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů. Podnikatelský záměr bude doplněn příslušnou kvantitativní dokumentací.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Cíle a metodika, 3. Literární přehled, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Návrhová část, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 30 - 50
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

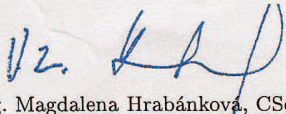
Seznam odborné literatury:

- JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M.: *Marketing služeb*. 1.vyd. Praha : Grada Publishing, 2001. 180s., ISBN 80-7169-995-0.
- KOTLER, P. - KELLER, K. L.: *Marketing Management*. Prentice Hall; 12 edition. 816 s. ISBN: 978-0131457577.
- PARMOVÁ, D.: *Řízení služeb: přednášky*. 1.vyd. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 2004. 96 s., ISBN 80-7040-673-9.
- BERÁNEK, J. - KOTEK, P.: *Řízení hotelového provozu*. 3. přeprac. vyd. Praha : MAG Consulting Grada Publishing, 2003. 218 s. ISBN 80-86724-00-X.
- PARMOVÁ, D. - PARMOVÁ, D.: *Provoz služeb v cestovním ruchu*. 1. vyd. České Budějovice : Jihočeská univerzita, 2003 - 77, 84 s. ISBN 80-7040-611-9.
- POUROVÁ, M.: *Agroturistika*. 1.vyd. Praha : Česká zemědělská univerzita Credit, 2002 - 123 s. ISBN 80-213-0965-2.
- STRÍBRNÁ, M.: *Venkovská turistika a agroturistika*. Vyd. 1. Praha. Profi-Press, 2005 - 65 s. ISBN 80-86726-14-2.
- HORNER, S. - SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada, 2003 - 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- COT Business (časopis)*

Vedoucí bakalářské práce: Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová
Katedra řízení

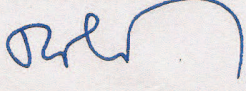
Datum zadání bakalářské práce: 18. února 2010

Termín odevzdání bakalářské práce: 16. dubna 2011


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc., prof.h.c.

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
L.S.
Studentská 13 (23)
370 05 České Budějovice


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 19. března 2010

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci s názvem: „Podnikatelský záměr zvolené agroturistické farmy“ vypracovala samostatně pod vedením Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu použité literatury.

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, ekonomickou fakultou 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 These.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 15.4.2011

Martina Lemochová

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji touto cestou Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za trpělivost, cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěla k vypracování této bakalářské práce.

OBSAH

I ÚVOD	9
II LITERÁRNÍ REŠERŠE	11
1 Cestovní ruch	11
1.1 Venkovská turistika	12
1.2 Agroturistika	13
1.3 Trvale udržitelný cestovní ruch	14
2 Podnikatelský plán	15
2.1 Obsah podnikatelského plánu	16
2.1.1 Titulní strana	17
2.1.2 Shrnutí podnikatelského záměru a cílů	17
2.1.3 Profesní a osobní údaje	18
2.1.4 Podrobné údaje o podniku	18
2.1.5 Popis služeb	19
2.1.6 Externí prostředí podniku	20
2.1.7 Marketingová strategie	25
2.1.8 Finanční plán.....	26
2.1.9 Vztahy k životnímu prostředí	27
2.1.10 Rizika projektu.....	28
2.1.11 Závěr	28
2.1.12 Přílohy.....	29
III CÍL, HYPOTÉZY A METODIKA PRÁCE.....	30
IV TRHOSVINENSKO – DESTINACE VENKOVSKÉ TURISTIKY	32
3 Trhosvinensko.....	32
3.1 Geografické podmínky	33
3.2 Umělecko-historické památky	35
3.3 Památky nemotné kultury	35
3.4 Akce	36
3.5 Turistická infrastruktura	36

3.6 Dopravní infrastruktura.....	37
3.7 Suprastruktura.....	37
3.8 SWOT analýza venkovské turistiky Trhosvinenska.....	38
V PRAKTICKÁ ČÁST	40
4 Podnikatelský záměr	40
4.1 Titulní strana	40
4.2 Shrnutí podnikatelského záměru a cílů.....	41
4.3 Profesní a osobní údaje	42
4.4 Podrobné údaje o podniku	43
4.4.1 Výchozí situace.....	43
4.4.2 Plán realizace	45
4.5 Popis služeb	47
4.5.1 Ubytování.....	47
4.5.2 Doplnkové služby	48
4.6 Externí prostředí podniku	49
4.6.1 Segmentace trhu.....	50
4.6.2 Marketingový výzkum.....	51
4.6.3 Analýza konkurence	53
4.6.4 SWOT analýza agroturistické farmy Na Stráni	56
4.7 Marketingová strategie	56
4.7.1 Produkt.....	56
4.7.2 Cena	57
4.7.3 Propagace a spolupráce.....	57
4.7.3 Balíčky služeb.....	58
4.8 Finanční plán.....	59
4.8.1 Zakladatelský kapitál	59
4.8.2 Kalkulace nákladů a ceny	60
4.8.3 Vyhodnocení ekonomické efektivity při 90% využití ubytovací kapacity	62
4.8.4 Vyhodnocení ekonomické efektivity při 60% využití ubytovací kapacity	63
4.8.5 Vyhodnocení ekonomické efektivity při 30% využití ubytovací kapacity	63
4.8.6 Předpokládaný cash flow	64

4.9 Vztahy k životnímu prostředí	65
4.10 Rizika projektu.....	66
VI ZÁVĚR.....	68
VII SUMMARY	70
VIII SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	71
SEZNAM TABULEK, SCHÉMAT, GRAFŮ A MAP	
SEZNAM PŘÍLOH	

I ÚVOD

Na rozdíl od Rakouska, Německa, Francie nebo Itálie nepatří zatím venkovská turistika v České republice mezi rozšířenou formu cestovního ruchu. Přesto nebo právě proto je podnikání v této oblasti velkou výzvou a příslibem úspěchu. Současná statistika cestovního ruchu nesleduje, bohužel, zvláště údaje za venkovský cestovní ruch, takže není možné přesně stanovit podíl venkovského cestovního ruchu na celkovém cestovním ruchu ČR. Jisté však je, že nabídka služeb ve venkovské turistice v ČR zatím poptávku neuspokojuje. Dle statistických údajů klesá zájem o masovou turistiku a stále více účastníků cestovního ruchu chce strávit svůj volný čas v souladu s přírodou. Návrat k přírodě je i celosvětovým trendem v rozvoji venkovské turistiky.

Česká republika skýtá velké možnosti pro rozvoj venkovského cestovního ruchu dané malebnou venkovskou krajinou, místními tradicemi a zvyky, tradiční kuchyní, lidskou pohostinností a nápaditostí i počtem potenciálních ubytovacích možností. Soubor služeb venkovského cestovního ruchu je zaměřen zejména na rodiny s dětmi a na všechny, kteří mají potřebu strávit část roku na zdravém povětří, poznat život na vesnici, přesto neztratit kontakt s vymoženostmi lidské civilizace.

Vzhledem k tomu, že je manžel budoucí majitel menšího hospodářského stavení na Trhosvinensku, zrodil se nápad zrekonstruovat stavení nejen k trvalému bydlení, ale vybudovat z něho zároveň i agroturistickou farmu. Hlavní službou, kterou by provoz farmy měl poskytnout, je nabídnout zájemcům o agroturistiku kvalitní stylové ubytování, domácí produkty, možnost zapojit se aktivně do udržování chodu hospodářství, přiblížit život na venkově tak, jak se žil „dříve“, s využitím přírodních zdrojů, v místě vyrobených produktů, bez modernizace, chemizace, beze spěchu, v harmonickém soužití s přírodou.

Cílem zpracování podnikatelského záměru v rámci bakalářské práce je zjistit, zda je myšlenka vybudování a provozování agroturistické farmy realizovatelná. Zda jsou splnitelné všechny podmínky finanční, materiální, organizační a další tak, aby podnikání mohlo být úspěšné.

Bakalářská práce obsahuje čtyři základní části: literární rešerši, analýzu Trhosvinenska jako destinace venkovské turistiky, praktickou část a závěr. Literární rešerše zahrnuje přehled poznatků na témata cestovní ruch a podnikatelský plán, který byl načerpán z odborné literatury a dalších zdrojů. Kapitola Trhosvinensko – destinace venkovské turistiky vyhodnotí formou SWOT analýzy vhodnost oblastí pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. V praktické části bude sestaven podnikatelský záměr agroturistické farmy tak, aby jeho kapitoly korespondovaly s teoretickými poznatky získané v literární rešerši. V závěru práce bude zhodnoceno splnění cílů, shrnutí výsledků a vyvrácení či potvrzení hypotéz.

II LITERÁRNÍ REŠERŠE

1 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím (Hesková a kol., 2006).

Naproti tomu se ale Horner a Swarbrooke (2003) domnívají že, „*mnozí lidé nepovažují cestovní ruch za samostatné odvětví, ale za činnost, která je výsledkem služeb jiných odvětví, jako jsou ubytování, stravování a doprava. Jestliže výslovně jde o nějaký průmysl cestovního ruchu, pravděpodobně se skládá ze služeb pořadatelů zájezdů, tj. cestovních kanceláří (touroperátorů) a cestovních agentur (prodejců) a neexistoval až do nástupu moderního cestovního ruchu založeného na souhrnné nabídce více služeb.*“

Snahy o definování pojmu cestovního ruchu se objevily na začátku minulého století a přihlíželo se nejen k aspektům ekonomickým, ale také ke geografickým, dopravním, sociologickým nebo psychologickým. Jedním z důležitých mezníků při definování cestovního ruchu byl rok 1991, kdy Světová organizace cestovního ruchu UNWTO na mezinárodní konferenci v Ottawě určila, že cestovní ruch je „*činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě. Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců*“ (Hesková a kol., 2006).

1.1 VENKOVSKÁ TURISTIKA

Venkovská turistika je jednou z forem cestovního ruchu. Podle Stříbrné (2005) „*má venkovská turistika mnoho podob. Zahrnuje dovolenou s ubytováním na farmách (agroturistiku), obsahuje i dovolenou v přírodě, ekoturistiku, dovolenou s pěší turistikou, horolezectví, jezdectví na koni, dobrodružství, sportovní a zdravotní turistiku, myslivost, rybaření, cesty za poznáním, turistiku za uměním a dědictvím minulosti a v některých oblastech i etnickou turistiku.*“

Venkovská turistika se svými specifickými by tedy měla být (Stříbrná, 2005):

- umístěna do venkovských oblastí,
- funkčně venkovská, budovaná na zvláštních rysech venkovského světa (malovýroba, otevřený prostor, kontakt s přírodou, dědictvím minulosti, tradiční zvyky a způsoby),
- venkovská ve svém měřítku, tj. malé budovy, malá sídla apod.,
- tradiční ve svém charakteru, což znamená, že poroste pomalu a organicky ve spojení s místními rodinami. Často bude řízena na místní úrovni a rozvíjena s cílem zajistit dlouhodobý rozvoj dané oblasti,
- trvale udržitelná, tzn. že její rozvoj by měl pomáhat udržovat zvláštní venkovský charakter dané oblasti a neměl by likvidovat místní zdroje. Na venkovskou turistiku by se mělo hledět jako na potencionální nástroj ochrany přírody a krajiny a trvale udržitelného rozvoje spíše než jako na urbanizační a rozvojový nástroj,
- složena z mnoha druhů, které umožní komplexní obraz venkovského prostředí, ekonomiky a historie.

Typickými projevy venkovské turistiky jsou (Stříbrná, 2005):

- ohleduplný vztah k přírodě a krajině, resp. krajina je turistickou atrakcí, o kterou se pečuje a je dále zvelebována,
- decentralizované ubytování s omezenou ubytovací kapacitou, což umožňuje rozmělnit četnost turistů, a tak eliminovat negativní dopady, které s sebou nese

„masová turistika“ (ohromné soustředění lidí v turistických centrech, devastace krajiny po dobu turistické sezony apod.),

- komorní, téměř rodinné zázemí (což je typické pro agroturistiku – pobyt na rodinné farmě),
- pochopení pro individuální aktivity návštěvníků a turistů,
- zázemí v horských a podhorských oblastech, kde v symbióze se zemědělstvím představuje originální nabídku služeb cestovního ruchu, včetně poskytování čerstvých produktů hospodářství (v řadě případů i ekologických potravin) hostům,
- pronájem chat a chalup, tzv. druhého bydlení, což je specifický český fenomén, který nemá zejména v Evropě obdobu.

1.2 AGROTURISTIKA

Agroturistika je specifickou formou venkovského cestovního ruchu, která je vedle bezprostředního využívání přírody a krajiny venkova charakteristická přímým vztahem k zemědělským pracím nebo usedlostem se zemědělskou funkcí. Provozují ji podnikatelé v zemědělské výrobě a slouží jim jako dodatečný nebo další finanční zdroj k udržení nebo rozšíření jejich hlavní podnikatelské činnosti, tj. výroby zemědělských produktů (Moravec a kol., 2007).

Jde o trend návratu do přírody a aktivní odpočinek. V agroturistice je možná aktivní účast na typických farmářských činnostech (sečení a sušení sena, dojení, výroba másla a sýrů, sklizňové práce, sběr ovoce a lesních plodů, konzervování ovoce a zeleniny). Agroturistika se pokládá za formu udržitelného cestovního ruchu (Hesková a kol., 2006).

1.3 TRVALE UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH

Trvalá udržitelnost znamená uspokojování potřeb současné generace bez ničení zdrojů, které umožní budoucím generacím, aby uspokojovaly své potřeby. Trvalá udržitelnost se nezbyvá pouze životním prostředím, ale spíše vztahem mezi životním prostředím, společností a ekonomickými systémy. Trvale udržitelný cestovní ruch tedy znamená cestovní ruch, který je životaschopný, ale minimalizuje své dopady na životní prostředí a je přínosem jak pro hostitelskou komunitu, tak pro turisty (Horner, Swarbrooke, 2003).

Na tomto místě je potřeba ještě jednou zdůraznit velký význam venkovské turistiky potažmo agroturistiky jako formy trvale udržitelného cestovního ruchu a podat důkaz o tom, že venkovská turistika skutečně tuto schopnost má. Podle Stříbrné (2005) totiž *„produkt, který venkovská turistika nabízí, bezprostředně souvisí s ochranou přírody, ochranou přírodních zdrojů, krajinotvorbou, tj. s faktory, které tvoří základ pozitivního přístupu k „užívání“ a ochraně životního prostředí.“*

Také Světová organizace cestovního ruchu se ve svém návrhu programu prací a rozpočtu organizace na období 2010–2011 zaměřuje na dva strategické cíle: A) konkurenceschopnost cestovního ruchu, B) udržitelnost cestovního ruchu. Strategický cíl B má mimo jiné také zajistit, aby cestovní ruch přispíval větším dílem k ochraně životního prostředí včetně řešení otázek klimatických změn a zachování biodiverzity.

2 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Jednou z klíčových činností při zakládání každého podniku je sestavení podnikatelského plánu. Takto si nový podnikatel ujasní cíle svého podnikání, získá přehled jednak o všech nutných výdajích spojených s budováním a chodem podniku a jednak se pokusí předpovědět možné příjmy plynoucí z jeho podnikatelské činnosti. V neposlední řadě se v podnikatelském plánu zabývá i koncepcí firmy do budoucna (dlouhodobou strategií). Podnikatelský plán však neslouží jen podnikateli a jeho zaměstnancům, ale též externím subjektům (poskytovatelům kapitálu, jako jsou banky a investoři, obchodním partnerům a privátním či veřejnoprávním institucím) při posuzování životaschopnosti firmy (Parmová, 2004).

Podnikatelský plán (business plán) je dokument, který popisuje základní smysl existence firmy, dlouhodobý cíl a cestu k jeho dosažení. Jeho úkolem je objasnit podnikatelské záměry, konkurenci a potřebnost finančních prostředků. Umožňuje také porovnat plány s realitou, a pokud se liší, identifikovat jak a proč (Tietzová, 2008).

Dobře zpracovaný podnikatelský plán má obsahovat celkové posouzení úkolu, reálné zhodnocení budoucího výhledu a kalkulace a očekávání podnikatele. Pokud bude plán použit pro získání půjčky nebo úvěru, musí obsahovat všechny informace, které jsou nezbytné pro zhodnocení očekávaného projektu investorem (Beránek, Kotek, 2003).

Podnikatelský plán musí splňovat dobře svůj účel, proto by měl být srozumitelný, přehledný a pravdivý. Neměl by však být „*příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu, ale ani příliš pesimistický, nemá zakrývat slabá místa a rizika projektu*“ (Fotr, 1999).

2.1 OBSAH PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Podnikatelský plán obsahuje všechny důležité informace týkající se různých aspektů podnikání – cíle podnikatele, financování, rizikové faktory, silné a slabé stránky konkurence či strategie vedoucí k dosažení stanovených cílů. Pomáhá lépe se orientovat jak v začátcích, tak v průběhu podnikání. Existují různé varianty, záleží tedy na podnikateli, jakou formu bude podnikatelský plán mít.

Neexistuje žádný přesný předpis, co má podnikatelský plán obsahovat a jak má být upraven a podnikatelé jej tedy mohou zpracovávat podle svých představ.

Rozsah podnikatelského plánu závisí do značné míry na typu a náročnosti podnikatelského záměru. Důležitým faktorem je také etapa, ve které se záměr nachází. Půjde-li o projekt nové a začínající firmy, bude nutné podnikatelský záměr vypracovat podrobněji než u zaběhnuté firmy (Tietzová, 2008).

Beránek a Kotek (2003) prezentují obsah vzorového podnikatelského plánu např. takto:
„1. Titulní strana, 2. Podrobné personální informace, 3. Podrobné údaje o společnosti, 4. Plán činnosti, 5. Výrobky a služby, 6. Trhy a konkurence, 7. Výrobní proces, 8. Management a organizace, 9. Finanční a plánovací údaje, 10. Požadavky finančních zdrojů, 11. Řízení a kontrola, 12. Kritická místa a problémy, 13. Seznam položek pro uvedení v příloze, 14. Shrnutí a závěr.“

Následující struktura a popis jednotlivých částí podnikatelského plánu jsou zvoleny tak, aby korespondovaly se zpracováním podnikatelského plánu v praktické části:

1. Titulní strana
2. Shrnutí podnikatelského záměru a cílů
3. Profesní a osobní údaje
4. Podrobné údaje o podniku
5. Popis služeb
6. Externí prostředí podniku
7. Marketingová strategie
8. Finanční plán

9. Vztahy k životnímu prostředí

10. Rizika projektu

11. Závěr

12. Přílohy

2.1.1 TITULNÍ STRANA

Účelem titulní strany je identifikace dokumentu, předmětu, autora a data vypracování. Proto by zde měly být uvedeny následující údaje: název dokumentu, jméno podnikatele nebo podniku, sídlo, jména společníků, kontakty, IČO a datum vyhotovení podnikatelského záměru.

2.1.2 SHRNUTÍ PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU A CÍLŮ

Jedná se o zhuštěnou verzi podnikatelského plánu. Cílem této části tedy je jasně, stručně a výstižně shrnout celý podnikatelský plán, vyzdvihnout hlavní myšlenku a přínosy podnikání. Součástí shrnutí by mělo dle Fotra (1999) být:

- **charakteristika produktu**, resp. **služby**, které jsou náplní podnikatelského projektu, a jejich specifických vlastností a předností vzhledem ke konkurenci,
- **popis trhů**, na kterých se chce firma uplatnit, a distribučních cest, kterých hodlá využít k dosažení těchto trhů,
- **strategické zaměření firmy na období příštích 3–5 let**, včetně jejích dlouhodobých cílů, způsobů dosažení těchto cílů i uvedení fáze podnikatelské činnosti, ve které se firma nachází,
- **zhodnocení manažerských zkušeností a kvality klíčových pracovníků firmy ve vztahu k danému podnikatelskému projektu**,
- **finanční aspekty**, zahrnující odhady zisku v následujících pěti letech, velikost potřebného kapitálu, účel jeho použití a očekávaný roční výnos pro poskytovatele kapitálu.

2.1.3 PROFESNÍ A OSOBNÍ ÚDAJE

Je nezbytné představit všechny osoby, které za projektem stojí. Důležité je vyzdvihnout pracovní i osobnostní předpoklady, zkušenosti v dané oblasti či další dovednosti předkladatelů.

Kvalita řízení je jedním z nejdůležitějších faktorů, které poskytovatelé kapitálu zvažují, a často je jedním z prvních aspektů, které posuzují. (Někdy se tento faktor považuje za zcela nejvýznamnější, neboť většina investorů preferuje průměrný, resp. horší produkt zajišťovaný prvotřídním manažerským týmem před prvotřídním produktem s průměrným manažerským týmem). Důležité je proto demonstrovat kvalitu, profesionální dovednosti, kompetenci a angažovanost manažerského týmu k danému podnikatelskému projektu, které jsou základním předpokladem jeho úspěšné realizace (Fotr, 1999).

2.1.4 PODROBNÉ ÚDAJE O PODNIKU

Informace v této části záměru by měly zahrnovat všechny poznatky o firmě, zejména jméno společnosti, majitele, právní formu a také stručnou historii firmy. Jako doplňkové mohou být uvedeny informace o zaměstnancích, zejména těch, kteří se zabývají managementem. Vhodné je vyzdvihnout zkušenosti, obchodní aktivity firmy a cíle firmy. Popsány by měly být služby společnosti. Důležité je dbát na to, aby podnikatelský plán vyjadřoval jedinečné rysy služby (Beránek, Kotek, 2003).

V praktické části bude do této kapitoly dále zařazen popis místa podnikání, údaje o provozním a administrativním chodu firmy a legislativních povinnostech podnikání.

PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ

V České republice mohou lidé podnikat dvěma způsoby – jako **fyziická osoba** nebo jako **právnícká osoba**. Typy právních forem podnikání upravuje obchodní zákoník v druhé části (obchodní společnosti a družstva; Zákon č. 513/1991 Sb.) a živnostenský zákon

(Zákon č. 455/1991 Sb.) se pak zaměřuje na podnikatelské subjekty provozující svou činnost na základě živnostenského oprávnění.

Fyzická osoba může na základě živnostenského oprávnění, které prokazuje výpisem ze živnostenského rejstříku, provozovat živnost:

- ohlašovací – dále se dělí na řemeslnou, vázanou a volnou,
- koncesovanou.

Právnícká osoba, vytvořený subjekt zapsaný do obchodního rejstříku, podniká na území ČR jedním z následujících způsobů:

- společnost s ručením omezeným (s.r.o.),
- akciová společnost (a.s.),
- veřejná obchodní společnost (v.o.s.),
- komanditní společnost (k.s.),
- družstvo.

2.1.5 POPIS SLUŽEB

V případě podnikatelského plánu hotelu budou v této části podnikatelského plánu prezentovány např. služby a balíky služeb pro různé segmenty klientů, pro období sezóny, minisezóny, apod.

Jako dodatek mohou být uvedeny klíčové faktory určující úspěch služby na trhu a mohou zde být uvedeny a popsány jedinečnosti, které danou službu oddělují od stejných konkurentů. Mohou zde být uvedeny i informace o potenciálním prospěchu pro zákazníka, např. uvedením úspory času, peněz atd. (Beránek, Kotek, 2003).

Služba je jakákoliv činnost nebo schopnost, které může jedna strana nabídnout druhé straně. Služby je svou podstatou nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem (Kotler, Keller, 2003).

Rozhodování o sortimentu služeb má pro organizaci strategický význam. Nabídku služeb musí organizace přizpůsobit svým schopnostem, disponibilnímu zařízením a disponibilnímu kapitálu. Audit produktu odpovídá na následující otázky (Janečková, Vašítková, 2001):

- Jaké výhody od služby očekávají zákazníci?
- Jaká je stávající a předpokládaná dostupnost zdrojů potřebných pro poskytování služby (technické, lidské, kapitálové)?
- Jaké výhody nabízí produkt ve srovnání s konkurencí?
- Poskytuje konkurence svým produktem zákazníkům větší výhody a je to příčinou ztrát organizace?
- Dokáže ta či ona služba přinášet organizaci dostatečný zisk?
- Dostává se služba k cílovým zákazníkům, a je tedy vynakládání zdrojů na její produkci účelné?

2.1.6 EXTERNÍ PROSTŘEDÍ PODNIKU

Správně zvolené a účinné strategie vedou k úspěchu. Pro to, abychom mohli tyto strategie vhodně zvolit, potřebuje definovat prostředí, které na podnik působí. Je nezbytné detailně analyzovat spotřebitelskou poptávku, konkurenci a vlastní možnosti podniku.

SEGMENTACE TRHU

Mnoho firem pro volbu svých trhů využívá cílený marketing. Segmentový marketing poskytuje oproti marketingu hromadnému několik výhod. Firma může lépe přizpůsobit své produkty/služby a ceny potřebám a přáním cílových zákazníků. Také volba komunikačních a distribučních cest je mnohem snadnější. Navíc je pravděpodobné, že v tržním segmentu bude menší konkurence než na celkovém trhu (Kotler, Keller, 2003).

MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Marketingový výzkum můžeme definovat jako spojení firmy poskytující služby s trhem prostřednictvím informací. Informace jsou systematicky získávané, analyzované a jejich

interpretace slouží jak pro řízení marketingových činností firmy, tak i pro řízení firmy samotné (Janečková, Vašítková, 2001).

Plán výzkumu může vyžadovat použití sekundárních, primárních nebo obou druhů informací. **Sekundární informace** jsou takové, které již byly shromážděny pro nějaký jiný účel a jsou nadále k dispozici. Naproti tomu **primární informace** jsou původní informace, které musejí být teprve shromážděny pro nějakou specifickou výzkumnou potřebu nebo pro určitý výzkumný projekt.

Při sběru primárních informací mohou být použity čtyři základní přístupy: pozorování, skupinové orientované dotazování, průzkum a experimentování (Kotler, Keller, 2003).

Dotazníky jsou jedním ze základních a nejpoužívanějších nástrojů při sběru primárních informací. Jejich vypovídací schopnost je tím větší, čím větší je vzorek respondentů. Dotazníkovým šetřením zjistíme odpovědi na otázky: kdy?, kolikrát?, kolik? (kvantitativní metoda), ale nedozvíme se, proč takto respondenti odpověděli, jaké pohnutky je k tomu vedly (kvalitativní metoda).

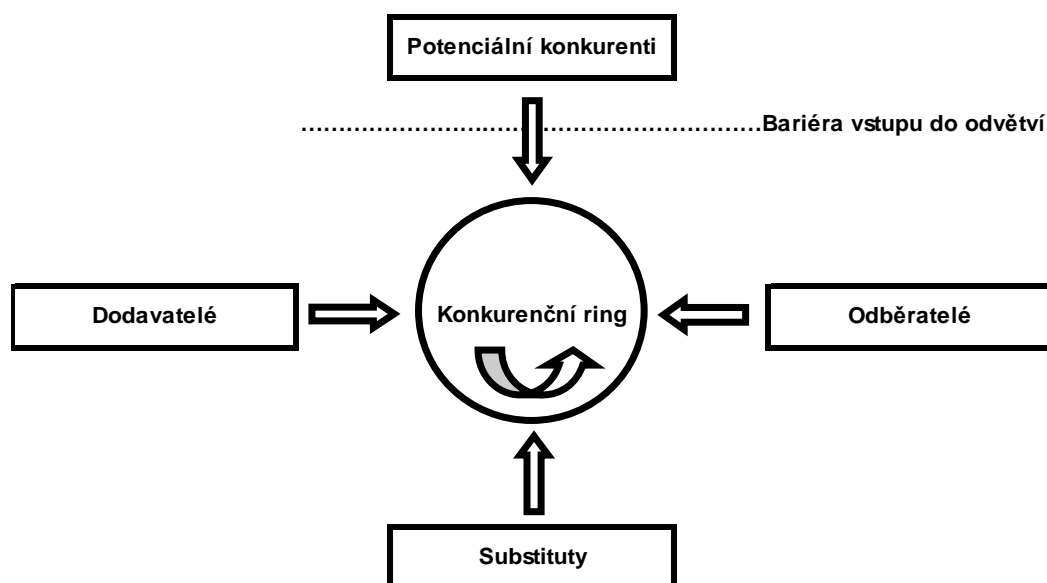
Autoři (Janečková, Vašítková, 2001; Kotler, Keller, 2003) hodnotí shodně výhody dotazníků: pružnost a cenovou dostupnost.

PORTEROVA ANALÝZA KONKURENCE

Z níže uvedeného schématu je zřejmé, že první silou působící v mikroprostředí je síla v konkurenčním ringu, kde se nachází sledovaná firma a její konkurenti. Dochází zde k odstředivým (rivalským) tlakům a naopak můžeme zde zaznamenat tendence k horizontální spolupráci. Další síla působící na konkurenční ring vychází od dodavatelských subjektů, které se snaží ovlivňovat poptávku subjektů v konkurenčním ringu, ať už cenovými či necenovými nástroji. Důležité je zde rozdělení tržní moci a forma dodavatelského trhu (monopol, oligopol či polypol). Obdobné síly lze sledovat ve vztahu konkurenčního ringu a odběratelů, kde je vyjednávací pozice obou stran dána též tržní mocí. Z hlediska čtvrté síly se sledují potenciální konkurenti, kteří ještě do odvětví nevstoupili – nepřekonali bariéru (legislativní, vytvořenou subjekty v konkurenčním ringu, geografickou, technickou apod.), avšak do budoucnosti se mohou stát součástí konkurenčního ringu. Poslední pátou silou jsou producenti substitutů, kteří uspokojují

jiným způsobem stejné potřeby jako produkty firem v konkurenčním ringu. Pokud se stane pro odběratele významně přístupnější substitut než vlastní produkce firmy, dochází k útlumu poptávky po službách poskytovaných konkurenčním ringem (Parmová, 2004).

Schéma 1: Porterův model pěti sil



Zdroj: Parmová, D. *Řízení služeb: přednášky* (2004)

STEP (PEST) ANALÝZA

PEST analýza představuje analýzu politických, ekonomických, sociálních a technologických faktorů prostředí, které mohou ovlivnit podnikání a rozvoj firmy. Do sociálního prostředí se zahrnují i demografické a kulturní prostředí. Někdy se také mluví o modelu SLEPT (social = sociální, legal = právní, economic = ekonomické, political = politické a technological = technologické prostředí) (Blažková, 2007).

Tabulka 1: Příklady faktorů sledovaných v rámci PEST analýzy

Politické/Právní	Ekonomické	Sociální	Technologické
Legislativa regulující podnikání	HDP, ekonomický růst (obecný či určitého odvětví), výdaje spotřebitelů	Rozdělení příjmů	Vládní výdaje na výzkum
Legislativa určující zdanění (podniků, jednotlivců)	Monetární politika (úrokové sazby)	Demografické faktory (např. věková struktura obyvatelstva, pohlaví, velikost rodiny, povolání, stárnutí obyvatelstva)	Zaměření průmyslu na zlepšení technologií
Předpisy pro mezinárodní obchod	Vládní výdaje	Pracovní mobilita	Nové objevy, patenty, vývoj nových technologií
Ochrana spotřebitelů	Politika proti nezaměstnanosti (minimální mzda, výhody v nezaměstnanosti)	Změny životního stylu (práce z domova, více volného času)	Míra technologického opotřebení
Pracovní právo	Zdanění (vliv na příjem spotřebitelů, na spoření)	Postoje k práci a volnému času	Spotřeba energie a náklady na energii
Předpisy a regulace upravující konkurenční prostředí, monopoly	Měnové kurzy (vliv na poptávku zahraničních zákazníků, vliv na náklady importovaného zboží)	Vzdělání	Vliv změn v informačních technologiích
Vládní rozhodnutí, ustanovení, nařízení	Inflace (vliv na náklady a prodejní ceny)	Móda a záliby, koníčky, módní výstřelky	Internet, satelitní komunikace
Předpisy Evropské unie, jiné mezinárodní právo či nařízení		Kulturní faktory mající vliv na způsob užití výrobku	
Předpisy na ochranu ochranných známek, patentů		Regionální rozdíly	
Předpisy na ochranu prostředí, recyklační nařízení			

Zdroj: Blažková, M. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy* (2007)

SWOT ANALÝZA

Jednou ze základních metod marketingového auditu je provedení SWOT analýzy. Tato metoda je nazvána podle počátečních písmen anglických slov:

S – strenghts (síly)

W – weakness (slabosti)

O – opportunities (příležitosti)

T – threats (hrozby)

Úspěšná aplikace vhodné marketingové strategie je závislá jednak na to, jak firma dokáže zhodnotit na jedné straně své silné a slabé stránky (analýza S-W), a jednak, jak dokáže identifikovat vhodné příležitosti a hrozby (O-T) (Janečková, Vašítková, 2001).

Strengths

Silné stránky jsou v podstatě konkurenční výhodou, která existuje uvnitř firmy. Může mít podobu personálních nebo manažerských schopností, unikátních zdrojů, mocná image značky (jméno hotelu), výhodných dodavatelskoodběratelských vztahů nebo tržní dominance.

Weaknesses

Slabé stránky jsou konkurenční nevýhodou, která je identifikována uvnitř firmy. Může to být nedostatek personálních a manažerských schopností, zdrojů, image, postavení na trhu nebo dodavatelskoodběratelských vztahů.

Opportunities

Příležitost je příznivá situace ve firemním okolí. Příležitosti mohou být využity k zajištění větších prodejů a vyšší výnosnosti. Jedná se např. o růst firemního potenciálu nebo o naskytnutí se nového tržního segmentu, o změny v právní regulaci podnikání (daňové zákony, poskytování odvětvových podpor atd.), tj. v hospodářské politice státu v sektoru, technologickém pokroku apod.

Threats

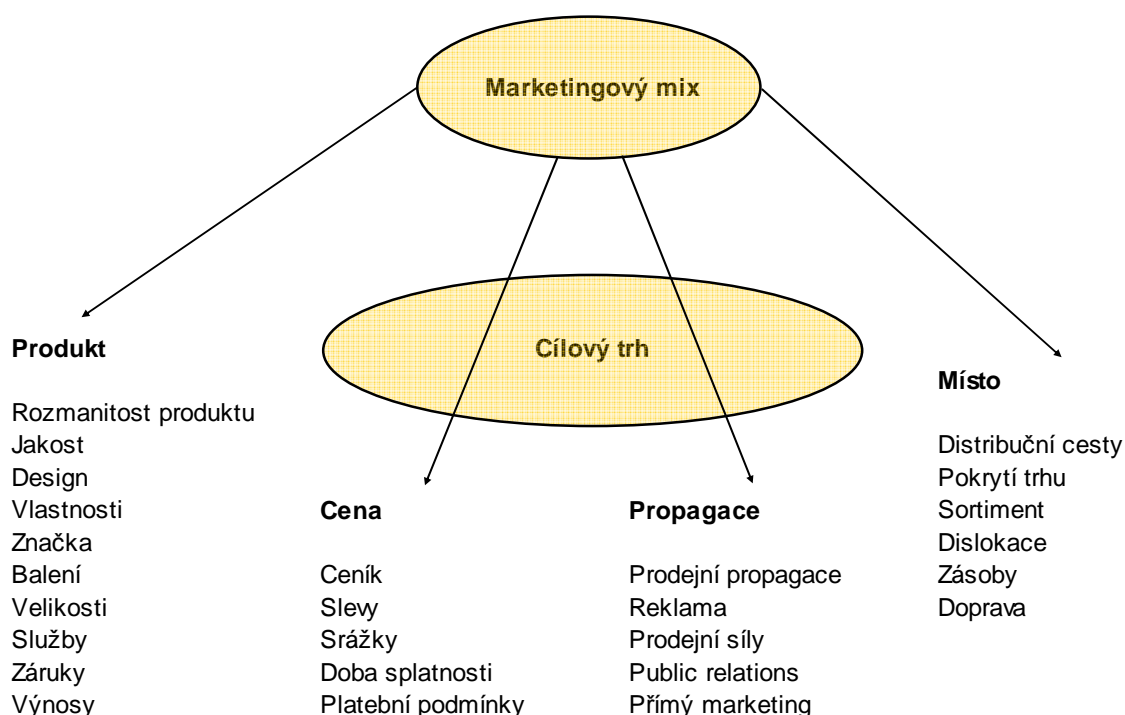
Hrozba je nepříznivý aspekt ve firemním okolí. Hrozby mohou potenciálně působit na schopnost firmy operovat v dané tržní situaci. Hrozby mohou mít formu např. nebezpečí konkurence, klesajícího tržního potenciálu nebo změny v právních předpisech.

Pro rozbor a interpretaci těchto informací se používá tzv. matice silných a slabých stránek a matice příležitostí a hrozeb (Beránek, Kotek, 2003).

2.1.7 MARKETINGOVÁ STRATEGIE

Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby dosáhla marketingových cílů na cílovém trhu. McCarthy popularizoval rozřídění těchto nástrojů do čtyř faktorů nazývaných 4P: produkt (product), cena (price), místo (place – tj. distribuce) a propagace (promotion) (Kotler, Keller, 2003).

Schéma 2: Čtyři P marketingového mixu



Zdroj: Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management* (1998)

Autoři Beránek, Kotek (2003) doplňují marketingový mix v hotelovém průmyslu o další 4P:

- **People** – pracovníci, lidé. Velmi důležitou roli v cestovním ruchu hraje lidský faktor. Na jedné straně působí pracovníci, kteří jsou nositeli, poskytovateli služeb, a na druhé hosté, kteří tyto služby spotřebovávají. Při výběru pracovníků

je nutné zvažovat nejenom kvalifikaci, ale také komunikační schopnosti, schopnosti řešit krizové situace, odolnost vůči stresu apod.

- **Partnetship** – kooperace, spolupráce – i odvětví hotelového průmyslu má velký význam vzájemná spolupráce více společností v oboru, neboť se jednotlivým subjektům zde působícím mohou vlivem vzájemné spolupráce snížit náklady a může se tak urychlit finanční návratnost jejich investic.
- **Packaging** – sestavování balíků služeb – jsou zde kombinovány různé výrobky a služby, za které zákazník zaplatí souhrnnou cenu tak, aby přesně odpovídaly zákaznickovým přáním a požadavkům.
- **Programming** – programová specifikace – úzce souvisí s předchozím bodem. Je pomocníkem při vytváření zájmu o určitý balík služeb mimo sezónu. Má zvýšit konzumaci a prodej služby zákazníkovi.

2.1.8 FINANČNÍ PLÁN

Finanční plán člení Beránek a Kotek (2003) do tří částí:

- **Účelové využití a objem požadovaných fondů:**

Tato část by měla obsahovat objemy fondového zajištění, požadované pro: pozemek pro výrobu/kanceláře, inženýrské sítě, rekonstrukci, vybavení, nástroje, vozidla, inventář, licenční a patentové poplatky, poplatky za udržení dobrého jména firmy v očích firmy (tzv. goodwill), poplatky za poradenství a právní servis, depozitní platby za nájem, výdeje na reklamu pro nové obchodní aktivity, platby za vzdělávání pracovníků atd.

- **Zajištění požadovaných finančních prostředků:**

Nejlepším řešením je zajistit fondové zdroje pro počáteční objem požadovaného kapitálu z vlastních zdrojů a pokrýt všechny běžné náklady z jiných zdrojů. Druhým nejlepším řešením by bylo financování počátečních kapitálových požadavků z vlastních zdrojů a dlouhodobých půjček a pokrytí všech běžných výdajů z jiných zdrojů. Třetím nejlepším řešením je pokrytí nejméně jedné třetiny počátečního požadovaného kapitálu z vlastních zdrojů.

- **Očekávaná finanční výkonnost:**

Zde by měla být uvedena projektovaná finanční výkonnost, projektovaná finanční rozvaha a odhady vybraných finančních koeficientů a údajů.

Část finančního plánu by se měla zaměřit na analýzu plánované finanční situace (Beránek, Kotek, 2003):

- **Analýza nákladů** – řeší, jaké jsou očekávané náklady na zavedení nebo rozšíření společnosti.
- **Očekávaný obrat** – měl by se zpracovat minimálně ve třech variantách (horší varianta, střední neboli očekávaná varianta a lepší varianta).

- **Analýza cash flow**

Pro společnost je naprosto zásadní, aby měla k dispozici dostatek hotovosti na pokrytí výdajů. Analýza cash flow (peněžního toku) není důležitá pouze v činnosti společnosti během prvního roku, ale především během druhého a třetího roku, které jsou obvykle neproblematictější fází v životě společnosti. Analýza cash flow propočítává rozdíly mezi příjmem hotovostí (tržby v hotovosti, splátky půjček, peníze na běžném účtu, ostatní příjmy v hotovosti) a výdaji v hotovosti (tj. nákupy, platy, splátky úroků atd.)

V praktické části se vedle přehledu o toku peněz (cash flow) objeví také rozvaha (stav aktiv a pasiv) a vyčíslení výnosů, nákladů a hospodářského výsledku za dané období.

2.1.9 VZTAHY K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ

Je třeba vzít v úvahu, že dopady na životní prostředí nemusejí být automaticky pouze negativní. Pozitivní vztah k životnímu prostředí může být přímo cílem a smyslem určitého projektu.

V této kapitole je místo pro vyhodnocení (Parmová, 2004):

- vlivu produkce na životní prostředí,
- problematiky recyklace a likvidace použitých materiálních prostředků a obalů,
- problematiky trvalých zátěží.

2.1.10 RIZIKA PROJEKTU

Nejobvyklejší formou prezentace kritických míst a problémů podnikatelského plánu je SWOT analýza. Uvedením silných a slabých stránek podnikatelského plánu, příležitostí a ohrožení jsou do diskuse s poskytovatelem zdrojů uvedeny stěžejní kritické informace.

Klíčová rizika by měla obsahovat (Beránek, Kotek, 2003):

- nezdar při nedodržení termínu zahájení činnosti,
- problémy s dodavateli služeb a surovin,
- nedodržení plánovaných prodejů,
- nepředvídaný ekonomický, politický, sociální, technický vývoj,
- nedostatek kapitálu.

Podle Tietzové (2008) je dobré rizika specifikovat na:

- vnitřní rizika projektu (ta, která můžete ovlivnit),
- vnější rizika projektu (např. právní prostředí, konkurence vyvíjející podobný produkt apod.).

2.1.11 ZÁVĚR

Závěrečná část podnikatelského plánu by měla obsahovat jednak **shrnutí** základních aspektů, rozvedených v jednotlivých oddílech tohoto plánu, jednak **časový plán realizace** podnikatelského projektu.

Ve shrnutí by se měla pozornost zaměřit především na (Fotr, 1999):

- celkové strategické zaměření projektu s uvedením koordinace všech jeho aspektů tak, aby byly splněny dlouhodobé cíle firmy,
- zdůvodnění očekávaného úspěchu projektu se zvláštní pozorností na přínos manažerského týmu k tomuto úspěchu,
- uvedení jedinečných rysů firmy,
- stanovení požadavků na kapitálové zajištění podnikatelského projektu,
- procentní podíl vlastnictví firmy v rukou jejích zakladatelů.

2.1.12 PŘÍLOHY

Doplňkovou částí podnikatelského plánu je příloha. Sem zařadíme vše, co je sice pro daný podnikatelský plán relevantní, ale do předchozích kapitol moc detailní. Jedná se například o (Parmová, 2004):

„ projektovou dokumentaci vč. rozpočtu, předběžné dohody s dodavateli a odběrateli, vyjádření stavebního úřadu, odboru životního prostředí, okresního hygienika příp. dalších orgánů a institucí (pokud je to v daném případě zapotřebí), osobní charakteristiky zakladatele či zakladatelů a vedoucích pracovníků, propagační dokumentace o výrobku a další dokumenty, které projekt vhodně podporují. “

Fotr (1999) doplňuje tento výčet dále o:

„výpisy z obchodního rejstříku, životopisy klíčových osobností, výsledky průzkumů trhu, výsledovku, rozvahu a toky hotovosti, referenci významných osobností aj. “

III CÍL, HYPOTÉZY A METODIKA PRÁCE

CÍL PRÁCE

Hlavním cílem bakalářské práce „Podnikatelský záměr zvolené agroturistické farmy“ je:

- Vypracovat kompletní dokumentace podnikatelského záměru pro konkrétní agroturistickou farmu dle aktuálních trendů ve venkovské turistice a agroturistice.
- V rámci obsahu podnikatelského plánu podrobně zanalyzovat tržní podmínky.
- Vypracováním podnikatelského záměru zjistit, zda má či nemá toto podnikání potenciál vytvářet zisk.

Dílejší cíle:

- Vymežit poslání podniku a okruh služeb, které bude nabízet.
- Zvolit zdroje financování a vhodný způsob distribuce nabízených služeb.
- Najít vhodné trhy a cílové skupiny zákazníků.

PRACOVNÍ HYPOTÉZY

- 1) Podnikatelský plán pomůže v utřídění myšlenek a vytyčení cílů podnikání.
- 2) Během sestavování plánu se mohou objevit krizová místa projektu.
- 3) Trhosvinensko má k rozvoji odpovědné venkovské turistiky dobré předpoklady.

METODIKA PRÁCE

ÚVOD

V úvodní části jsou uvedeny základní informace o venkovském cestovním ruchu, motivy pro psaní bakalářské práce a základní výchozí myšlenky vedoucí ke zpracování tématu.

LITERÁRNÍ REŠERŠE

V teoretické části jsou shrnuty dosavadní poznatky o venkovském cestovním ruchu, agroturistice a tvorbě podnikatelského záměru, definovány pojmy a vybrány metody, které jsou aplikovány v praktické části. Teoretická část je zpracovaná formou rešerše, založené na studiu odborné literatury a jiných informačních zdrojů.

TRHOSVINENSKO – DESTINACE VENKOVSKÉ TURISTIKY

Třetí samostatná kapitola obsahuje vybrané statistické ukazatele a lokalizační i realizační podmínky Trhosvinenska, které určují potenciál destinace pro cestovní ruch, respektive venkovský cestovní ruch. Většina zpracovaných údajů pochází z vytvořených informací Českého statistického úřadu a internetových portálů měst, obcí nebo sdružení dané destinace.

PRAKTICKÁ ČÁST

Praktická část obsahuje vlastní řešení problému, tzn. sestavení podnikatelského plánu agroturistické farmy. Pro nashromáždění potřebných informací jsou použity sekundární i primární výzkumy. Sekundární informace (statistické údaje) pocházejí z veřejně dostupných zdrojů, primární informace jsou získány za pomoci metody komparační a dotazovací. Formou dotazníku je zjišťován zájem dvou cílových skupin (rodin s dětmi a starších osob) o venkovský cestovní ruch a jejich preference. Dotazníkové šetření proběhlo v měsících září, říjen, prosinec 2010 a leden 2011. Dotazník (viz příloha 4) obsahuje 9 uzavřených otázek, u kterých je možno označit, dle pokynů, jednu nebo více odpovědí. Větší část dotazníků byla vyplněna asistovaně, zbývající část byla zaslána na konkrétní e-mailové adresy.

ZÁVĚR

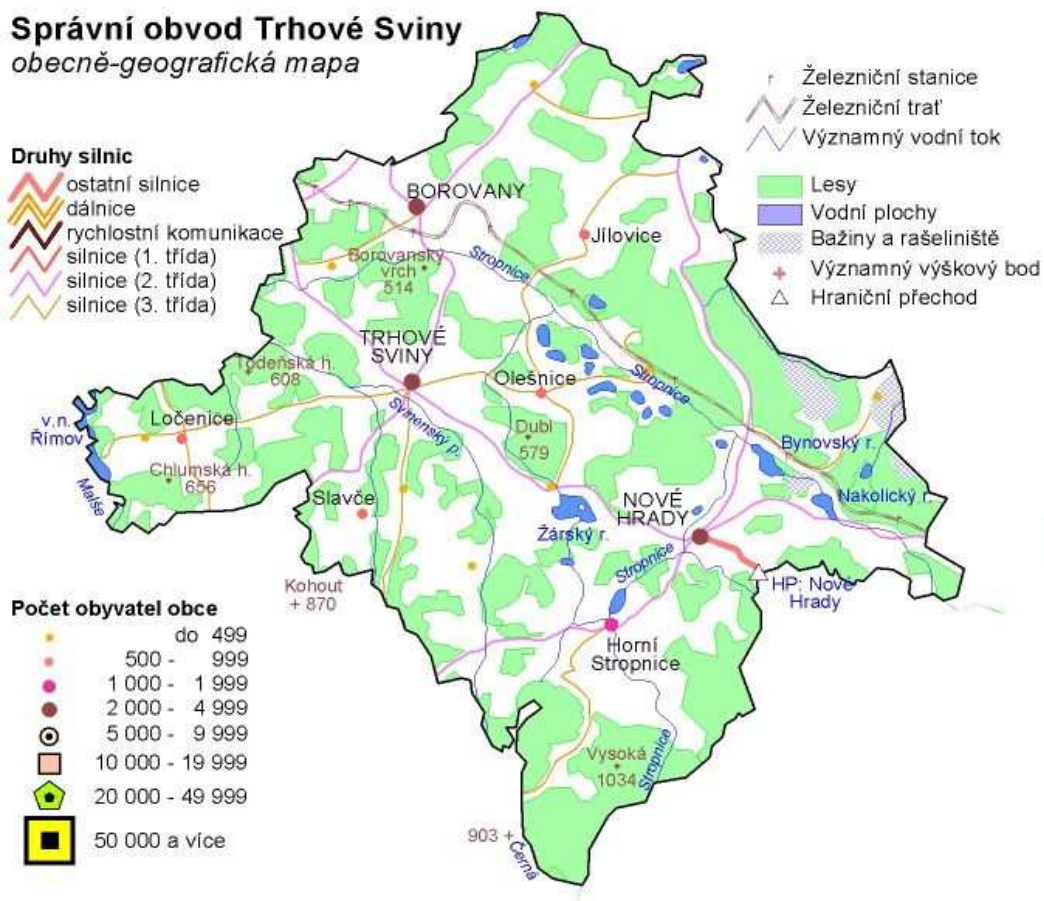
V závěru budou vyvráceny nebo potvrzeny hypotézy, shrnuty výsledky a zhodnoceno splnění cílů práce.

IV TRHOSVINENSKO – DESTINACE VENKOVSKÉ TURISTIKY

3 TRHOSVINENSKO

Území destinace Trhosvinensko bude z praktického hlediska přirovnáno k administrativnímu vymezení této oblasti jako obce s rozšířenou působností (ORP). Rozsah oblasti určuje území obcí, které mají jako svou obec s rozšířenou působností město Trhové Sviny. Jsou to: Borovany, Čížkrajíce, Horní Stropnice, Hranice, Jílovice, Kamenná, Ločenice, Mladošovice, Nové Hrady, Olešnice, Ostrolovský Újezd, Petříkov, Slavče, Svatý Jan nad Malší, Trhové Sviny, Žár.

Mapa 1: Geografická mapa správního obvodu ORP Trhové Sviny



Zdroj: Český statistický úřad (2009)

3.1 GEOGRAFICKÉ PODMÍNKY

Rozloha: 45 234 ha

Počet obyvatel: 18 244

Hustota obyvatelstva na 1 km²: 40,3

Celorepublikový průměr je 130 obyvatel na 1 km². Jde tedy o oblast s nízkou hustotou zalidnění.

Podíl městského obyvatelstva: 62,9

Nadmořská výška: 458 metrů nad mořem v Trhových Svinech. Nejvýše položené místo leží v Novohradských Horách (Vysoká 1034 m n.m.).

Podíl zemědělské půdy: 47,2 %; **lesních pozemků:** 41,1 %

Pokles výměry orné půdy a zvýšení ploch trvalých travních porostů znamená určitý návrat k méně intenzivnímu typu hospodaření. Spolu s rozšířením ploch lesních pozemků to vedlo i ke zřetelnému zvýšení koeficientu ekologické stability. Podíl listnatých dřevin je v Jihočeském kraji (včetně Trhosvinenska) po Vysočině nejnižší ze všech krajů České republiky. Ve srovnání s celorepublikovou úrovní je nižší i nárůst jejich podílů na celkové rozloze lesa.

Koeficient ekologické stability: 1,62

Oblast je hodnocena jako: vcelku vyvážená krajina, technické objekty v relativním souladu s přírodními strukturami, s nižší potřebou energomateriálních vkladů. V rámci České republiky patří k regionům s nejmenším znečištěním ovzduší.

Trhosvinensko leží v přechodném klimatickém pásmu středoevropského typu s vyváženým vlivem pevniny a oceánu. Prakticky to pro oblast znamená teplejší a mírně suché léto, mírné jaro a podzim, normálně dlouhou, mírně chladnou a suchou zimu; roční srážkový úhrn 570–650 mm a průměrnou roční teplotu vzduchu 7,5–7,8 °C.

Atraktivnost krajiny zaručuje mírně zvlněný, rozčleněný reliéf Stropnické pahorkatiny, přecházející do vrchoviny Novohradského podhůří a dále do přírodního parku **Novohradské hory**. Původním typem zdejších lesů byly horské jedlo-bukové smíšeniny. Dnes se z nich zachovala řada pralesních zbytků, **Žofínský prales** a **prales**

Hojná Voda jsou chráněny jako nejstarší středoevropské rezervace již od roku 1838. Novohradskými horami probíhá hlavní evropské rozvodí mezi Severním a Černým mořem. Nachází se zde četná prameniště (Malše, Černá, Stropnice, Svinenský potok). Řeky a potoky jsou krátké, přímé a mají celkem velký spád a odtok.

Rybníky patří k typickému koloritu jihočeské krajiny. Převládají zde spíše rybníky malé. Největší je **Žárský rybník** (120,45 ha), který je zároveň i nejhlubší (3,5 m). Na umělém ostrově zřídili Buquoyové v letech 1716–1718 přírodní park s hvězdicovitými alejemi cizokrajných dřevin a letohrádkem uprostřed. Bohužel, za minulého režimu byl zničen a ostrůvek využíván k chovu kachen. Dalšími většími rybníky jsou Byňovský, Nakolický, Olešnický Velký, Borek u Lhotky a Bláhů Velký.

Dřívější lázně s „hojivou“ vodou v Hojně a Dobré Vodě u Horní Stropnice dnes vystřídaly poněkud rozsáhlejší „vzdušné“ lázně, které lékaři doporučují a astmatici a pacienti s dýchacími problémy vyhledávají. Destinace má punc téměř nedotčené přírody:

- Přírodně krajinářský park **Terezino údolí** (národní přírodní památka), umělý vodopád, naučná stezka, tvrz Cuknštejn.
- Vrch klenbovitého tvaru **Kraví hora**, skalní útvar Napoleon, volně přístupná rozhledna.
- Národní přírodní rezervace **Červené blato**, naučná stezka.
- Národní přírodní rezervace **Brouskův mlýn**, údolní niva řeky Stropnice.
- Přírodní památka **Ďáblík**. Státem chráněné území se nachází v nivě Keblanského potoka pod osadou Keblany.
- Naučná stezka **Trhosvinensko** je zaměřena hlavně na seznámení návštěvníků s přírodními zajímavostmi této oblasti, ale nezapomíná ani na vlastivědné zajímavosti a kulturní historii krajiny.
- Naučná stezka **Krajinou humanity** vede jihovýchodním okrajem Slepíčích hor a je zaměřena na významné osobnosti humanismu.

3.2 UMĚLECKO-HISTORICKÉ PAMÁTKY

- **Trhové Sviny:** kostel Nanebevzetí Panny Marie, jeden z největších a nejhodnotnějších kostelů Rožmberského dominia; radnice z roku 1845.
- **Borovany:** bývalý augustiánský klášter s kostelem Navštívení Panny Marie a Škapulřovou kaplí, originály soch z římovské pašijové cesty.
- **Nové Hrady:** gotický hrad se sbírkou unikátního černého skla – hyalitu; rokokový zámek s Prvním českým muzeem cyklistiky a farmovým chovem jelení a dančí zvěře; barokní klášter Božího Milosrdenství; hrobka Buquoyů s mozaikou od Maxe Švabinského.
- **Kojákovice:** hodnotný soubor zděných lidových staveb z 19. stol., vyniká návesní kaple sv. Jíří, staročeská kovárna a vesnické muzeum.
- **Žumberk:** jedna ze tří vesnic s částečně dochovaným opevněním a tvrzí ve střední Evropě; expozice malovaného nábytku.
- **poutní místa: Dobrá Voda:** kostel P. Marie Nanebevzaté; vývěr pramene, z něhož tryská „léčivá“ voda, kterou si jezdí načepovat i obyvatelé z širokého okolí. **Svatá Trojice:** kostel Nejsvětější Trojice s někdejší budovou lázní. Pozoruhodná trojboká kaple skrývá pramen vody, jíž bývala tradičně připisována léčivá moc, především proti očním neduhům.
- **Buškův hamr:** postavený v roce 1835, dnes technická památka. Původně se zde vyrábělo orné a další zemědělské nářadí, nyní prostory využívá malá expozice hamernického řemesla.
- **milníky:** Charakteristickými prvky v trhosvinenské krajině jsou kamenné válcovité milníky z 18. století, které označují směr a vzdálenost k nejbližším městům.

3.3 PAMÁTKY NEHMOTNÉ KULTURY

- **Trhové Sviny:** rodiště **JUDr. Emila Háchy** (1872–1945) – prezident Nejvyššího správního soudu, pomnichovský a poté protektorátní prezident, právník, překladatel. Psal náladovou lyrickou poezii (Omyly a přeludy, 1939).

Pamětní deska na jeho rodném domě v Trhových Svinech. V Trhových Svinech se narodil také **Karel Valdauf** (1913–1985) – hudební skladatel, kapelník dechové hudby, autor populárních polek, valčíků a pochodů. Pomník ve tvaru zmodernizovaného dirigentského pultu s bronzovou deskou v Trhových Svinech.

- **Trocnov:** rodiště Jana Žižky, památník.
- **Masopustní koleda:** V minulosti koleda trvala 3 i více dní, dnes koledníci obcházejí svou ves zpravidla jen jeden den.

3.4 AKCE

Trhové Sviny: **Valdaufův festival dechových hudeb** (srpen).

Žumberk: **Výstava chryzantém** (říjen).

Borovany: **Borůvkobraní** (červenec). Tradiční gastronomicko-kulturní slavnost města.

Svatý Jan nad Malší: **S kopce do kopce** (září). Závody historických vozidel.

3.5 TURISTICKÁ INFRASTRUKTURA

- Informační centrum v Trhových Svinech, Nových Hradech, Borovanech a Olešnici.
- Krytý plavecký bazén a sportovní areál Borovany.
- Koupaliště a plavecký bazén Horní Stropnice.
- Sportovní rybolov: Trhové Sviny, Ledenice, Dobrovská Lhotka, Nové Hrady.
- Tenisové kurty: Trhové Sviny, Nové Hrady, Borovany.
- Běžecké stopy v okolí Hojné Vody, příležitostně upravované.
- Jízda na koni: Nové Hrady, Hojná Voda, Nesměň, Mohuřice a další.
- Ambrožova soukromá ZOO Dvorec.
- Kino: Trhové Sviny, Borovany, Nové Hrady.
- Půjčovna kol: Hojná Voda.

- Cyklistická naučná stezka Paměť Novohradska prochází krajinou okolí Nových Hradů v prostoru mezi Novými Hrady, Horní Stropnicí, Dobrou Vodou a Žumberkem. Na 46 km dlouhé trase je umístěno 17 zastavení osazených informačními tabulemi.
- Cyklistická naučná stezka Paměť Slepíčních hor prochází krajinou mezi Trhovými Sviny a Benešovem nad Černou. Nejdelší varianta naučného okruhu měří 54 km a spojuje 21 zastavení osazených informačními tabulemi.
- Další značené cyklostezky: Borovany – Ostrovský Újezd – Rankov – Trhové Sviny – Čížkrajce – Žumberk (23 km); Trocnov, železniční stanice – Žižkovo rodiště – Borovany (4 km); Nové Hrady, železniční stanice – Kapinos – Žár – Žumberk – Horní Stropnice (17 km).

3.6 DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA

V Jihočeském kraji, jehož je Trhosvinensko součástí, je zaznamenávána stále se zvyšující intenzita dopravy, zejména silniční. Silniční síť zajišťuje dostatečnou základní dopravní dostupnost sídel, území kraje však v současné době není napojeno na republikovou dálniční síť. Hustota dopravní sítě zůstává v kraji relativně nízká, což je dáno i geografickými podmínkami. Zvláště neuspokojivá je hustota dálnic a silnic vyšší kvalitativní úrovně, která je ve vztahu k rozloze území vůbec nejnižší ze všech krajů České republiky. V železniční dopravě sice přes území Jihočeského kraje nevedou hlavní železniční koridory, přesto je zde několik důležitých uzlů.

3.7 SUPRASTRUKTURA

Dle Českého statistického úřadu (k 31.12.2009) je na Trhosvinensku evidováno, podle klasifikace CZ-NACE, 269 ekonomických subjektů s převažující činností ubytování, stravování a pohostinství, z toho 58 subjektů poskytujících ubytování a 211 subjektů provozuje stravování a pohostinství. ČSÚ dále uvádí, že Trhosvinensko nabízí návštěvníkům 723 lůžek (k 31.12.2009) v hromadných ubytovacích zařízeních. Jsou to

taková zařízení, která mají alespoň 5 pokojů nebo alespoň 10 lůžek a slouží pro cestovní ruch.

Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních je evidována pouze v rámci jednotlivých krajů. Jihočeský kraj navštívilo 309 262 turistů (za 1. pololetí 2010), z toho byla nadpoloviční většina rezidentů (191 751). Průměrný počet přenocování byl 3 noci.

3.8 SWOT ANALÝZA VENKOVSKÉ TURISTIKY TRHOSVINENSKA

Silné stránky

- velký přírodní potenciál a příznivé předpoklady pro jeho využívání k rekreaci a aktivnímu trávení volného času,
- atraktivní členitý reliéf zčásti horského a podhorského charakteru (různorodost a pestrost přírody – vysoká míra biodiverzity),
- velmi dobrá kvalita životního prostředí,
- vysoký podíl venkovského osídlení,
- mnoho lokálních i regionálních zajímavostí (staré zemědělské usedlosti, kostely, tvrze, hamry),
- činnost MAS Sdružení Růže.

Slabé stránky

- nedostatečná nabídka produktových balíčků pro návštěvníky,
- nedostatečné zajištění alternativní nabídky pro prodloužení sezóny,
- špatná dopravní dostupnost z hlavních mezinárodních a národních silničních tahů,
- nízká kapacita vybavenosti pro sport,
- absence ubytovací kapacity vyšší kategorie,
- nízké využití potenciálu Novohradských hor,
- nízká úroveň spolupráce mezi klíčovými subjekty cestovního ruchu a spíše převládající rivalita mezi stávajícími celky,
- neexistence destinačního managementu.

Příležitosti

- rostoucí zájem českých turistů o vlastní zdraví a ekologii,
- prodloužení sezónnosti,
- celoroční pořádání akcí a zajištění jejich větší publicity,
- znovuoživení tradičních venkovských řemesel (malovaný nábytek),
- rozvoj agroturistiky a ekoagroturistiky,
- významně rostoucí cílové skupiny seniorů a zájemců o aktivní pohyb a venkovskou turistiku,
- vyhlášení Novohradských hor chráněnou krajinnou oblastí,
- rozšiřování spolupráce příhraničních regionů,
- možnost čerpání finanční podpory z mezinárodních a národních fondů,

Hrozby

- poškozování zdrojů cestovního ruchu (příroda, historické, architektonické, technické a kulturní atraktivity) vlivem neorganizovaného rozvoje cestovního ruchu,
- přejímání jiného životního stylu venkovskými obyvateli,
- nedostatečná informovanost o čerpání zdrojů z fondů a programů EU pro rozvoj cestovního ruchu.

Shrnutí SWOT analýzy

Trhosvinensko má vysoký přírodní potenciál pro venkovský cestovní ruch. Destinaci ztraktivňuje také řada jedinečných kulturně-historických památek. Je však potřeba investovat do materiálně-technické základny, aby se propojením všech těchto prvků zvýšila kvalita produktu a tím také spokojenost návštěvníků destinace.

V PRAKTICKÁ ČÁST

4 PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

4.1 TITULNÍ STRANA

Agroturistická farma Na Stráni PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

Název subjektu: Agroturistická farma Na Stráni
Podnikatel: Pavel Lemoch
Právní forma: fyzická osoba
Sídlo a provozovna: Čížkrajíce 18
Kontakt: 723 407 987, triopavel@seznam.cz
Adresa: Trocnovská 554
Trhové Sviny 374 01

Předmět podnikání (volná živnost):

- ubytovací služby,
- chov zvířat a jejich výcvik,
- výroba potravinářských výrobků,
- zprostředkování obchodu a služeb.

Předmět podnikání (není živnost):

- prodej nezpracovaných rostlinných a živočišných výrobků z vlastní drobné pěstitelské a chovatelské činnosti.

Datum zpracování: 15. dubna 2011

Tento podnikatelský plán je důvěrný a je autorským majetkem Marty Lemochové.

4.2 SHRNU TÍ PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU A CÍLŮ

Majetek rodiny Lemochovy v podobě hospodářského stavení na polosamotě v jižních Čechách přivedl majitele k myšlence oživit tento objekt a zrenovovat ho tak, aby byl trvale obyvatelný. Následoval návrh zrekonstruovat stavení do podoby agroturistické farmy. Podnikatelský plán je zpracován především pro potřebu majitelů, pro to, aby dal představám, nápadům a snům konkrétnější podobu a reálně odpověděl na zásadní otázky možné úspěšnosti.

Část objektu bude sloužit k trvalému bydlení majitelů, část k ubytování turistů. Součástí farmy budou pochopitelně hospodářská zvířata a zázemí pro ně. Klientům budou nabídnuty typické služby v agroturistice, avšak na vysoké úrovni. Základní poskytovanou službou bude stylové, rustikální ubytování na venkově. Hostům budou k dispozici 3 apartmány, každý s vlastní kuchyní a sociálním zařízením. Konkurenční výhodou bude v letní sezóně možnost vlastnoruční sklizně výpěstků ze zeleninových a bylinkových záhonů a z ovocného sadu pro vlastní spotřebu během pobytu. Tato služba bude prezentována jako služba již zahrnutá v ceně. Hlavní cílovou skupinou, které budou služby nabídnuty a přizpůsobeny, jsou rodiny s dětmi. Součástí objektu proto, mimo jiné, bude certifikované venkovní dětské hřiště s hracími prvky a pamatováno bude na vhodné druhy zvířat, které se dají bez problémů pohládit a nakrmit. Nabídku doplní možnost ochutnávek z rodinné kuchyně. Další doprovodné služby např. hipoturistika, rekondiční masáže nebo kurzy řemeslné výroby budou poskytovány zprostředkovaně profesionály z blízkého okolí.

Největší návštěvnost bude jistě v letních měsících, během školních prázdnin, kdy lze předpokládat délku pobytu více než 3 přenocování. Další měsíce (mimosezóna) se zaměří na druhou cílovou skupinu (starší osoby), která hledá dočasnou změnu místa pobytu, změnu životního stylu, ale hlavně odpočinek a klid. Nabídka služeb bude přizpůsobena jejich přání a potřebám, například donáškou nákupu nebo zajištěním stravování od dodavatelských subjektů.

Rodinám s dětmi bude dále věnována pozornost v obdobích, kdy je na vesnici „živo a něco k vidění“. Jedná se například o oslavy svátků jara a rození mláďátek, podzimní

pečení brambor na ohníčku a pouštění draků nebo česání jablek. Tyto tematické pobyty budou nabízeny jako krátkodobé s jedním až třemi noclehy.

Prvotním cílem je rekonstrukce stavení na agrofarmu a její kvalitní vybavení. Ubytování bude nabízeno ve třech apartmánech, jejichž součástí bude kompletně vybavená kuchyňka, koupelna a WC. Jeden třílůžkový apartmán bude v přízemí budovy, další třílůžkový a jeden čtyřlůžkový budou v podkroví. V přízemí se bude nacházet také prádelna s pračkou, sušičkou, žehlicím prknem a žehličkou. Následovat bude rozšíření chovaných zvířat o další druhy (králíci, krůty, kozy, prase) a zvětšení plochy pro pěstování zeleniny. Kozy budou chovány mimo zimní měsíce ve výběžích v okolí objektu. Rozloha farmy vytváří podmínky pro vlastní produkci objemového krmiva (seno, brambory). Stelivo, jaderné krmivo (obilí), doplňková krmiva, vitamíny budou nakupovány na volném trhu.

Dalším cílem je účinná propagace nabízených služeb, certifikace ubytování a vytvoření povědomí a dobrého jména farmy v České republice.

Majitelé počítají se vstupní investicí 4 000 000 Kč, ze které bude 1 400 000 Kč použito na rekonstrukci obytné části pro majitele a zázemí pro zvířata. 2 600 000 Kč pokryje vybudování, vybavení apartmánů a stavba dětského hřiště. Očekává se částečná návratnost investice v podobě průměrného ročního platu od 3. roku podnikání.

4.3 PROFESNÍ A OSOBNÍ ÚDAJE

Agroturistická farma Na Stráni bude malá rodinná farma, jejíž založení a provoz budou zajištěny následujícími osobami:

Růžena Lemochová

- 59 let,
- dlouholeté praktické zkušenosti s chodem hospodářství,
- současná majitelka objektu.

Pavel Lemoch

- 35 let,
- dokončené středoškolské vzdělání s maturitou,
- roční rekvalifikace při VŠE Praha – Manager obchodních společností,
- obchodní zástupce poté ředitel pobočky DPD CZ s.r.o.; 4 roky,
- správce majetku TRIO invest a.s.; 2 roky,
- od roku 2004 živnostník, majitel specializované prodejny,
- dobrá znalost anglického jazyka,
- praktické zkušenosti s vedením firmy,
- syn současné majitelky, budoucí majitel objektu.

Martina Lemochová

- 36 let,
- dokončené středoškolské vzdělání s maturitou,
- dokončené vyšší odborné vzdělání, specializace cestovní ruch,
- referentka cestovní kanceláře, příležitostně průvodkyně; 6 let,
- nyní rodičovská dovolená,
- probíhající studium na Ekonomické fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, specializace cestovní ruch,
- dobrá znalost anglického jazyka, částečná znalost německého jazyka,
- teoretické i praktické zkušenosti v oboru cestovní ruch,
- manželka budoucího majitele objektu.

4.4 PODROBNÉ ÚDAJE O PODNIKU

4.4.1 VÝCHOZÍ SITUACE

Stavení se nachází v Jihočeském kraji, 4 km od města Trhové Sviny, v podhůří Novohradských hor, v nadmořské výšce 460 m nad mořem. Polosamota, kterou tvoří 5 rozestých chalup, nese název Na Stráni. Polosamota je místní částí obce Čížkrajice, která má s dalšími třemi přilehlými vesničkami 276 obyvatel. Stráň je od Čížkrajíc vzdálená 2 km (viz příloha 1).

Čížkrajíce mají zcela netradiční vjezd do vsi – vede klenutou branou a dvorem rozlehlého statku. V obci se nachází dětské hřiště, smíšený obchod, malá pivnice a rybník. Občanská vybavenost nadmístního významu (zdravotnictví, obchody, veřejné stravování, peněžnictví, kulturní a společenské aktivity) je k dispozici v Trhových Svinech.

Klasické venkovské stavení Na Stráni je tvořeno částí k bydlení (2 pokoje, kuchyně s kachlovými kamny a koupelna). Částečně podsklepeno. Pod touto střechou je také chlív, kde je nyní chována drůbež. Chlív má klenutý cihlový strop. Druhá zastřešená část představuje hospodářské prostory pro stroje a nářadí. Půda je u obou částí stavení řešená jako seník. Mezi oběma částmi se nachází prostorný uzavřený dvůr. Do dvora je možné vjet ze dvou stran – bránou z čelní strany a vraty z humen. Celková zastavěná plocha spolu s dvorem je 549 m² a dalších 4,2 ha pozemků zahrnují zahradu, trvalý travní porost, ornou půdu a ostatní plochy.

Objekt není téměř 30 let trvale obydlen, slouží pouze k přechodnému pobytu během sezónních prací a zaopatřování drůbeže. Elektřina je zde zavedena, ale chybí kanalizace a vodovodní řad není funkční. Obytné místnosti jsou vytápěny kachlovými kamny, na kterých se také vaří.

Turistické cíle v blízkém okolí (viz příloha 2)

- poutní místo Svatá Trojice s kostelem (2 km),
- technická památka Buškův hamr (5 km),
- tvrz Žumberk s expozicí malovaného nábytku (8 km),
- značená okružní cyklostezka Paměť Slepíčních hor (3 km od stavení),
- naučná pěší stezka Krajinou humanity (3 km od stavení),
- naučná pěší stezka Trhosvinensko (4 km od stavení).

Snímek 1: Pohled na stavení Na Stráni z jihovýchodní strany.



Zdroj: Autorka (2011)

4.4.2 PLÁN REALIZACE

Investiční fáze

V první fázi je nutné zadat vyhotovení kvalitního projektu, který je výsledkem spolupráce architekta, odborníků z oblasti stavebního inženýrství a stavebníka. Část stavebních prací bude možno provádět na základě ohlášení (výměna střešní krytiny, výměna oken, zateplení a oprava fasády), zbývající část bude vyžadovat vydání stavebního povolení. Zpracovaný projekt spolu s požadovanými doklady (např. snímek katastrální mapy a doklad o vlastnictví aj.) se podá na stavebním úřadu v Trhových Svinech, který vydá stavební povolení.

Přednostně bude rekonstruován stávající objekt stodoly. Prostor bude rozčleněn na přízemní a podkrovní část, kde vzniknou 3 apartmány, prádelna a dílna. Třílůžkový apartmán v přízemí bude mít samostatný vstup ze dvora. Vchod bude řešen jako bezbariérový. Třílůžkový a čtyřlůžkový apartmán v patře budou přístupné po schodišti,

každý se samostatným vstupem z chodby. V přízemí bude také prádelna a dílna. Parkování bude možné na zpevněné zastřešené ploše vedle stavení.

Velká pozornost bude věnovaná interiéru, a sice ve smyslu kvality a komfortu. Hlavní zásady při vybavování interiéru tkví v používání přírodních materiálů, ručně vyrobených nebo zrenovovaných kusech nábytku a doplňcích, v harmonických přírodních barvách, v jednoduchosti a praktičnosti. Doby dávno minulé budou hostům připomenuty také například v podobě funkční dřevěné truhly.

V okolí domu budou hostům k dispozici další místa určená pro odpočinek a relaxaci. Na zahradě bude stát altánek, postavený v souladu s danou architekturou zahrady a okolí. K opékání masa bude sloužit částečně zastřešené zákoutí přiléhající k domu, jehož součástí bude ohniště, lavičky a stůl.

Investovat se bude i do kvalitních herních prvků pro děti. Stavbu dětského hřiště s houpačkami, skluzavkou a prolézačkou provede profesionální firma.

V poslední části investiční fáze je třeba rozšířit skladbu hospodářských zvířat. K 12 kusům slepic a kohoutovi přibude 5 krůt, 3 králíci (masné střední plemeno), 2 kozy (hobby holandské zakrslé plemeno) a prase.

Provozní fáze

Poskytování ubytování v soukromí a další činnosti, které budou předmětem podnikání, jsou živnosti volné, pro jejichž provozování živnostenský zákon nevyžaduje prokazování odborné ani jiné způsobilosti. K získání živnostenského oprávnění musí být splněny pouze všeobecné podmínky. Prostřednictvím jednotného registračního formuláře pro fyzické osoby lze učinit na živnostenském úřadu podání i k dalším úřadům, a to finančnímu úřadu, správě sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovně.

V této fázi podnikání je nutné připravit registrační knihu hostů a vytvořit informační materiál pro hosty, který bude obsahovat: ubytovací řád, seznam a ceník doplňkových služeb, mapu okolí, důležitá telefonní čísla (policie, lékař, hasiči, majitel) a dále *„informace o místní přírodě, krajině; kulturních a sociálních podmínkách v místě; turistických atrakcích v okolí; o farmě a vlastním hospodářství (popis nebezpečných*

míst, fotografie členů domácnosti apod.); o místních dopravních spojích; o tom, čím se na farmě přispívá k ochraně přírody a čím mohou přispět hosté; o způsobech ekologického chování; o možnostech sportu a rekreace v okolí včetně cen; o otvíracích hodinách hradů, zámků; kulturních programech a provozu kin; o konání trhů, jarmarků, bohoslužeb; o nejbližších obchodech a možnostech stravování; o turistickém informačním centru; o možnostech koupě turistických průvodců, fotografických publikací o kraji“ (Burian, 1999).

Agroturistická farma Na Stráni bude provozována jako malá rodinná farma. Veškeré činnosti spojené s chodem hospodářství, péčí o hosty, administrativou i marketingem budou majitelé vykonávat vlastními silami. Pouze vedení účetnictví, resp. daňové evidence bude svěřeno specializované firmě.

Podnikání v agroturistice má majitelům přinést doplňující finanční zdroje, které budou reinvestovány do provozu farmy.

4.5 POPIS SLUŽEB

4.5.1 UBYTOVÁNÍ

Základní nabízenou službou bude ubytování na farmě s vlastním vařením. Hosté budou ubytováni v nově vystavěných a vybavených apartmánech s vlastní kuchyňkou a sociálním zařízením. K dispozici budou celkem 3 apartmány pro 10 osob (10 stálých lůžek).

Přízemí: **třílůžkový apartmán** – obytná místnost s kuchyňkou, ložnice se třemi lůžky, koupelna s umyvadlem a sprchovým koutem, samostatné WC. Bezbariérový vstup.

Patro: **třílůžkový apartmán** – obytná místnost s kuchyňkou, ložnice se třemi lůžky, koupelna s umyvadlem a sprchovým koutem, samostatné WC.

čtyřlůžkový apartmán – obytná místnost s kuchyňkou, 2 ložnice (každá se dvěma lůžky), koupelna s umyvadlem a vanou, samostatné WC.

Součástí každého apartmánu budou soupravy kvalitního nádobí a příborů, potřeby na vaření, sporák s troubou a grilem, chladnička, rychlovarná konvice, televize se satelitním příjmem, WIFI připojení. Kromě dalšího základního doporučeného vybavení a technických parametrů, které jsou nutné k získání certifikace, budou v každém apartmánu dále volně k dispozici, např. náhradní sady povlečení, ručníků, osušek a utěrek, přírodní koupelňová kosmetika, knižní tituly a časopisy, různé druhy koření, kávy a čaje (včetně doma připravených bylinných), cukr (rafinovaný i nerafinovaný), sůl, olej a ocet (včetně doma ochucených) atd..

Konkurenční výhodou bude kvalitně a stylově zařízený interiér. Cílem je splnit doporučené standardy ubytování pro venkovskou turistiku a agroturistiku Ministerstva pro místní rozvoj a získat certifikát ubytování nejvyšší třídy (značené čtyřmi hvězdičkami). Při vybavování apartmánů bude kladen důraz na detail. Z větší části bude použit zrenovovaný původní nábytek (skříně, truhly), částečně se nechají vyrobit nové kusy nábytku na míru (postele, kuchyňská deska). Zvýšená pozornost bude věnována barevné a materiálové sladění interiéru. Například podlaha, dveře a okenní rámy budou ze stejného druhu dřeva, prostírání na stole bude barevně a vzorově korespondovat s denním přehozem na posteli, navíc textilie budou mít „typický babičkovský“ potisk – proužky, čtverečky nebo drobné kvítky.

4.5.2 DOPLŇKOVÉ SLUŽBY

Pravidelné stravování nebude sice hostům nabízeno, ale budou mít možnost ochutnat produkty z domácí kuchyně (ovocné knedlíky, houbová polévka apod.). Hosté si budou stravování zajišťovat sami. Tato „nevýhoda“ bude částečně vykompenzována tím, že si hosté budou moci sami sklízet úrodu ze zahrady a sadu, pro vlastní spotřebu během pobytu. Pěstovány budou různé druhy zeleniny, ovoce a bylinek: ředkvičky, salát, cukety, kedlubny, okurky, hrách (lusky), mrkev, petržel, rajčata, papriky, rybíz, maliny, jablka, švestky, třešně, rakytník, saturejka, mateřídouška, libeček, pažitka. K prodeji budou hostům nabídnuta domácí vajíčka, drůbeží a králíčí maso, doma vyrobené

zavařeniny, vlašské ořechy, brambory. Další konkurenční výhodu a přivýdělek přinese nabídka domácího pečiva (kachlová kamna s pecí).

Hostům budou k dispozici, v samostatné místnosti (prádelna), pračka, sušička, žehlička žehlicí prkno a vysoušeč vlasů. Půjčit si budou moci potřeby na stolní tenis, dalekohled, piknikový koš, dětskou postýlku, vaničku a jídelní židli. Vyřešena bude i možnost úschovy kol v zamykatelné místnosti.

Klienti se budou moci podílet na nenáročných pracovních činnostech souvisejících s chodem farmy, například zalévání a pletí záhonů, šťouchání brambor pro drůbež, sbírání vajec, obracení a kopení sena, krmení zvířat atd. Dle zájmu a přání hostů budou organizovány kurzy výroby bižuterie (ketlování), ručního papíru, pletení košíků apod.

Nabídku doplní zprostředkované služby: projížďky na koních (statek Mohuřice, 2 km od farmy Na Stráni), prodej kravského mléka, medu (farmáři z blízkého okolí), rekondiční masáže (Bc. Helena Šindelířová, na farmě), kurz výroby keramiky (Centrum Domeček, Trhové Sviny, 4 km od farmy), exkurze do kovárny (pan Ferenczi, Besednice, 10 km od farmy), pronájem minibusu (pan Steinbauer, T. Sviny, 4 km od farmy).

4.6 EXTERNÍ PROSTŘEDÍ PODNIKU

„Podle údajů Českého statistického úřadu navštívilo český venkov v roce 2000 přibližně 26 000 dovolenkářů; v roce 2006 to bylo 30 000. Zhruba třetinu tvoří cizinci.

Analytik cestovního ruchu Jaromír Beránek však předpokládá, že růst zájmu o venkovskou a zemědělskou turistiku nabere v budoucnu mnohem rychlejší tempo, než je tomu dnes. Do deseti let by se mohl počet turistů na venkově zdvojnásobit.

Podmínkou však je, že vedle zemědělství a kontaktu s domácími zvířaty nabídnou farmáři i ubytování na lepší úrovni než dnes.

Podle člena představenstva Svazu venkovské turistiky Zdeňka Němce má agroturistika v ČR budoucnost. A nemusí jít přímo o práci v zemědělství nebo projížďky na koni.

„Lidem kolikrát stačí klid a sepětí s přírodou,“ řekl Němec, který prý poslední dobou na venkově pozoruje nárůst počtu českých turistů na úkor cizinců. Z těch do českých vísek jezdí nejvíce Němci, Poláci a Nizozemci. Ceny ubytování na farmách jsou většinou mírné. Začínají na 150 korunách za jednoduchý dvojlůžkový pokojík, je však také možné bydlet v luxusu za několik tisíc.“ (COT business, 2007)

Vývoj vybraných ukazatelů domácího a výjezdového cestovního ruchu českých rezidentů v letech 2003–2009 zachycuje tabulka 26 v příloze 3.

4.6.1 SEGMENTACE TRHU

Raději menší skupině zákazníků nabídnout vše než všem zákazníkům nabídnout trochu!
(Beránek, Kotek, 2003)

Cílem segmentace trhu je přizpůsobení marketingových nástrojů konkrétním skupinám zákazníků. Pro plné uspokojení potřeb zákazníků (nabídnout jim očekávané služby za přiměřenou cenu, na určitém místě a ve správný čas, za pomoci vhodné propagace) je nezbytné zákazníky dobře poznat. Nabízený produkt je určen především pro rodiny s dětmi a starší osoby. Prozatím budou služby orientovány pouze na tuzemskou klientelu. Vzhledem k poznatku, že Trhosvinensko má příhodné podmínky pro cykloturistiku, je nezbytné služby přizpůsobit také potřebám cyklistů.

Rodiny s dětmi

Požadují kontakt s rozmanitými zvířaty, pestrou nabídku her a prostor pro ně. Knihovnička by měla být plná příběhů a pohádek, dále stolních her (pro nepříznivé počasí). Případná je i „truhla pokladů“, kde jsou odstřížky textilu, dřeva, knoflíky, barevné křídly atd. Nabídka pro rodiny s dětmi by měla obsahovat i další venkovní možnosti ke hrám: pískoviště, šplhací stromy, prolézačky, jednoduché houpačky z klády, kolotoč, bazének na cachtání. Dětem se dá umožnit, pokud projeví zájem, někde na zahradě zřít vlastní maličký záhonek a cosi sázet a pěstovat. Zvyšuje se tím pravděpodobnost návratu hostů příští rok. Dětský kontakt se zvířaty bychom měli mít

dobře rozmyšlený a kontrolovatelný, aby nedošlo k nevhodnému krmení nebo úrazu (Stříbrná, 2005).

Starší lidé

Očekávají pokoje se sociálním zařízením, pohodlné sedací soupravy a lůžka, bezpečné schodiště s dobrým zábradlím, slušně vytápěné prostory, nouzové osvětlení schodů a chodeb, odpočinkové prostory vhodné ke čtení, knížky, časopisy a možnost sledování televizních pořadů, klidný dům s přívětivou zahradou a případným altánkem. Tito lidé si také představují pohodlné turistické cesty s odpočívadly a chtějí mít účast v programech volného času. Podle průzkumů kladou dům a zahradu na první místo hodnocení venkovské turistiky. Jeden člen rodiny ubytovatele asi bude muset plánovat čas pro diskuse se staršími lidmi. Znalost hostitele, kde v okolí hraje dechovka nebo jiná hudební skupina, je rovněž důležitá. Pro přátele her by měly být na statku mariášové a žolíkové karty, šachy, dáma atd. Není vítaná kombinace starších manželů a rodin s dětmi, nervozita starších v případě hluku je známá (Stříbrná, 2005).

4.6.2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

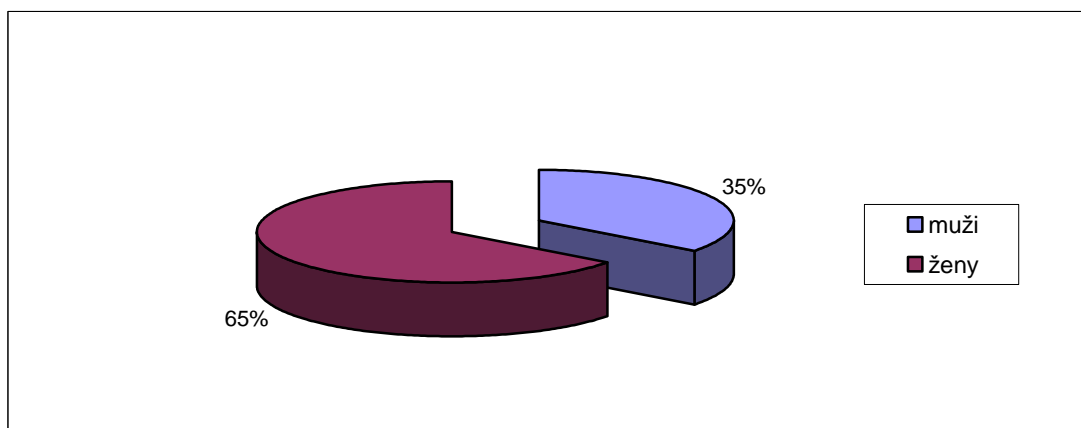
Primární data pro marketingový výzkum byla získána metodou dotazování s použitím dotazníků. Dotazníky mohli respondenti vyplnit v tištěné nebo elektronické podobě, část dotazníků byla vyplněna asistovaně. Hlavním cílem marketingového výzkumu bylo zjistit zájem cílových skupin (rodiny s dětmi, starší osoby) o venkovský cestovní ruch v České republice a jejich preference.

Dotazníkové šetření proběhlo v měsících září, říjen, prosinec 2010 a leden 2011. Dotazník (příloha 4) odevzdalo 102 respondentů (66 žen a 36 mužů). Díky možnosti vyplnit část dotazníků s asistencí autorky bylo zjištěno, že vyšší povědomí o pojmu agroturistika mají ženy. Ženy také projevíly větší zájem a ochotu odpovídat na otázky v dotazníku. Strukturu respondentů dle pohlaví zřehledňuje graf 1.

Z hlediska věku se průzkumu zúčastnilo 14 respondentů ve věku do 30 let a stejný počet respondentů ve věku 51 a více roků. Nejpočetnější skupinu tvoří osoby ve věku 31 až

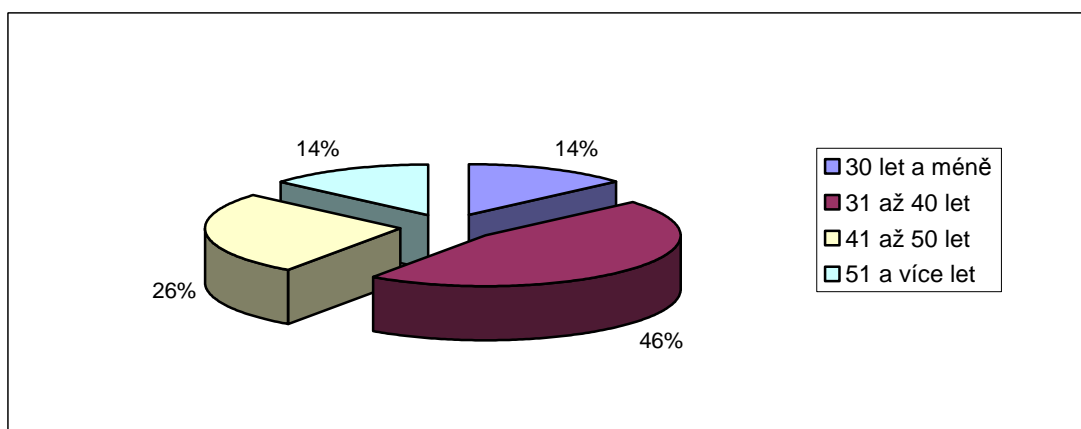
40 let (46 %). Dotazovaní ve věku 41 až 50 let vyplnili 27 dotazníků (26 %). Struktura respondentů dle věku je znázorněna v grafu 2.

Graf 1: Struktura respondentů dle pohlaví



Zdroj: Autorka

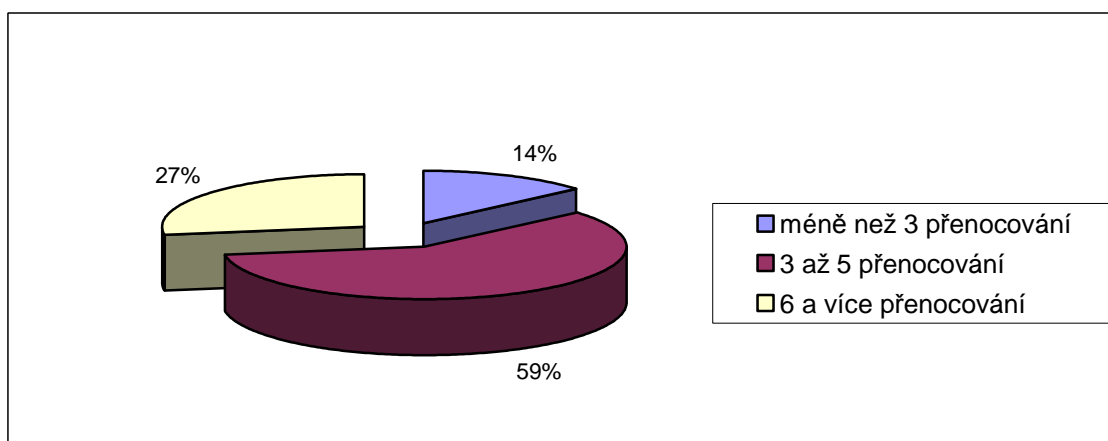
Graf 2: Struktura respondentů dle věku



Zdroj: Autorka

Dotazník obsahuje 9 uzavřených otázek, přičemž 8. a 9. otázka se týkají věkového intervalu a pohlaví dotazovaných a 6. otázka zjišťuje preference v počtu přenocování při účasti na venkovském cestovním ruchu. Strukturu výsledných odpovědí na 6. otázku zobrazuje graf 3. Odpovědi na zbývající otázky jsou podrobně vyhodnoceny v příloze 5.

Graf 3: Preference v počtu přenocování



Zdroj: Autorka

Nejvíce respondentů (60 osob tj. 59 %) by na venkově strávilo 3 až 5 nocí. Krátkodobě se zdrží 14 osob (14 %) a 28 respondentů (27 %) přenocuje nejméně 6krát.

Shrnutím výsledků šetření na vzorku respondentů lze odvodit následující preference: Téměř pětina ze 102 dotázaných má dovolenou na venkově v plánu. Dovolenu prožijí v létě spolu s dětmi, vybírat budou pomocí internetu a místo zvolí podle přírodní atraktivity a kulturně historických památek. Za osobu a 1 přenocování jsou ochotni zaplatit 160 až 250 Kč a přenocují 3 až 5krát.

4.6.3 ANALÝZA KONKURENCE

Konkurence je definována jako poskytovatelé služeb, kteří uspokojují stejné potřeby hostů. Přímá konkurence, jež by nabízela ubytování a doplňkové služby na agroturistické farmě, na Trhosvinensku neexistuje. Pozornost bude tedy zaměřena na podniky nabízející ubytování a další služby shodné cílové skupině – rodinám s dětmi.

Tabulka 2 uvádí přehled konkurenčních ubytovacích zařízení, která jsou provozována na Trhosvinensku, v dosahu 20 km od farmy Na Stráni. Přehled obsahuje pouze ubytování v soukromí a v penzionech, které je kapacitou, vybaveností a rozsahem poskytovaných služeb porovnatelné s ubytováním na agroturistické farmě Na Stráni.

Výčet zahrnuje i ubytovací zařízení poskytující služby převážně cykloturistům. Do tabulky nejsou zařazena hromadná ubytovací zařízení kategorie hotel, motel, turistická ubytovna apod.

Tabulka 2: Přehled konkurenčních ubytovacích zařízení

Název, vzdálenost od farmy	Kapacita/složení ubytovacích jednotek	Cena v Kč za dospělého osobu/noc	Služby zahrnuté v ceně	Cílový segment a doplňkové služby
Penzion Marie, Žumberk 7 km	55 lůžek/ 19 pokojů	480,- červen–září 450,- ostatní termíny	ubytování s vlastním soc. zařízením, TV, WIFI připojení, snídaně	rodiny s dětmi (altán, pískoviště) cyklisté (úschovna kol) restaurace
Ubytování v soukromí, Svatá Trojice 3 km	4 lůžka/ 1 apartmán	264,- až 306,- dle počtu přenocování + energie	ubytování s vlastním soc.zařízením, kuchyňkou, WIFI připojením	rodiny s dětmi (pískoviště, houpačky, venkovní gril) cyklisté
	8 lůžek/ 4 pokoje z toho 1 bezbariérový	290,-	ubytování s vlastním soc. zařízením, společnou kuchyňkou, WIFI připojením	
Chalupa, Dobrkovská Lhotka 6 km	6 lůžek/ 3 pokoje	240,- až 300,- červenec, srpen 160,- až 200,- ostatní termíny	ubytování s vlastním sociálním zařízením, TV, kuchyňka vlastní nebo společná	rodiny s dětmi (altán s posezením, prolézačky, tenisové hřiště)
Penzion Trutmaň, Mezilesí 4 km	21 lůžek/ 5 apartmánů z toho 1 bezbariérový	300,- červenec, srpen 200,- ostatní termíny	ubytování s vlastním soc.zařízením, kuchyňkou, TV a WIFI připojením	cyklisté (přístřešek pro kola)
Rodinný dům, Rejta 6 km	5 lůžek/ rodinný dům	186,- až 230,- mimo červenec a srpen	ubytování s vlastním soc. zařízením, kuchyně, TV, krb, pračka	venkovní přírodní bazén
Penzion Pohoda, Petříkov 14 km	15 lůžek/ 5 pokojů	200,- až 250,-	ubytování s vlastním soc. zařízením, kuchyňka vlastní nebo společná	soukromý rybník, venkovní posezení, ohniště
Apartmány, Horní Stropnice 15 km	15 lůžek/ 4 apartmány	280,- až 350,-	ubytování s vlastním soc. zařízením, kuchyňkou, TV	lyžaři (transfer ke sjezdovce) cyklisté (úschovna kol)

Zdroj: Autorka

Dle zjištěných údajů (tabulka 2) byli vyhodnoceni 3 hlavní konkurenti: penzion Marie v Žumberku, ubytování v soukromí ve Svaté Trojici a chalupa v Dobrkovské Lhotce.

PENZION MARIE, ŽUMBERK www.zumberk.com

Silné stránky

- vlastní stylová restaurace s venkovní terasou,
- umístění v původní středověké opevněné vesnici Žumberk (tvrz, kulturní akce),
- částečná renovace pokojů (leden, únor 2011).

Slabé stránky

- absence rodinné atmosféry (kapacita 55 lůžek, pořádání firemních akcí a svateb).

UBYTOVÁNÍ V SOUKROMÍ, SVATÁ TROJICE www.svata-trojice.cz

Silné stránky

- umístění v osadě Svatá Trojice (poutní místo),
- možnost výběru ze dvou typů ubytování (pokoj, apartmán),
- nekuřácké prostředí.

Slabé stránky

- nediferencované ceny pro děti a dospělé,
- minimální počet přenocování 2 noci,
- slabá nabídka doprovodných služeb.

CHALUPA, DOBRKOVSKÁ LHOTKA www.volny.cz/trajer-lhotka

Silné stránky

- výhodná cena v poměru ke kvalitě a nabízeným službám,
- výrazná sleva pro děti,
- vlastní tenisové hřiště, koupání v těsné blízkosti ubytování.

Slabé stránky

- neatraktivně zpracovaná prezentace ubytování na internetu.

4.6.4 SWOT ANALÝZA AGROTURISTICKÉ FARMY NA STRÁNI

Tabulka 3: SWOT analýza agroturistické farmy Na Stráni

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">▪ absence přímé konkurence▪ čisté ovzduší, neporušená příroda▪ kladný vztah k ochraně přírody▪ vysoká kvalita služeb (certifikované ubytování)▪ síť pěších tras a cyklostezek v okolí▪ podpora MAS Sdružení Růže	<ul style="list-style-type: none">▪ vysoká vstupní investice▪ generační rozdílnost názorů
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none">▪ zimní sezóna (běžecké lyžování, bruslení)▪ zahraniční klientela▪ pěstování rostlin s jedlými květy▪ ekologické hospodaření▪ evropské a národní subvence	<ul style="list-style-type: none">▪ vstup nových konkurentů▪ onemocnění domácích zvířat▪ oslabení fenoménu agroturistiky▪ sjednocení sazby DPH

Zdroj: Autorka

4.7 MARKETINGOVÁ STRATEGIE

4.7.1 PRODUKT

Základním produktem agroturistické farmy Na Stráni bude poskytování ubytovacích služeb v prostorách zrekonstruovaného stavení, viz část 4.5.1. a doplňkové služby popsané v části 4.5.2. Ubytování bude provozováno od začátku dubna do konce října, přičemž budou respektována přání a potřeby hostů na délku pobytu. V praxi to znamená, že nebudou existovat striktní týdenní pobyty. Konkurenční předností bude kvalita ubytování, která bude zaručena certifikací ubytování.

Doplňkové služby mají pobyt na farmě zatraktivnit a přispět k obohacení volného času.

4.7.2 CENA

Cena je zdrojem příjmů, proto při jejím sestavování bude brán zřetel na pokrytí nutných nákladů a tvorbu zisku. Zároveň tento projekt přináší produkt výrazně odlišný od konkurenční nabídky, vyznačující se především vysokou kvalitou, proto nebude cena nastavena dle konkurence. Vyšší cena bude informovat o vysokém standardu nabízených služeb.

Tabulka 4: Cena* (Kč) ubytování s možností vlastního vaření

červen – říjen		duben – květen	
dospělá osoba	470,-	dospělá osoba	410,-
dítě do 12 let	350,-	dítě do 12 let	290,-
dítě do 2 let	zdarma	dítě do 2 let	zdarma
* cena pro 1 osobu za 1 přenocování včetně spotřeby výpěstků ze zahrady			

Zdroj: Autorka

4.7.3 PROPAGACE A SPOLUPRÁCE

Hlavním informačním médiem pro prezentaci nabídky služeb bude internet. Vlastní webové stránky budou obsahovat podrobné popisy a informace s využitím odkazů, kvalitní fotodokumentaci včetně detailních záběrů (případně virtuální prohlídky interiéru a exteriéru), mapové podklady, zvýraznění konkurenčních předností, klientská hodnocení, on-line rezervace. Od kvalitně zpracovaných webových stránek se očekává: získávání klientů, jejich snadnou orientaci v nabídce, udržování kontaktu s aktivními hosty.

Služby budou propagovány i prostřednictvím tištěných letáků a pohlednic. Rozkládací leták bude obsahovat informace o nabízených službách, barevné fotografie, mapku oblasti s vyznačením umístění farmy a kontakty. Klasické pohlednice ponесou atraktivní fotografie z farmy a kontaktní údaje.

Další cesta propagace povede přes členství v dobrovolném profesním sdružení Svaz venkovské turistiky. Výhodou členství je možnost získat účast na akcích svazu (veletrhy a výstavy, www.prazdninynavenkove.cz, školení, exkurze apod.). V širší spolupráci

s krajskými úřady, agenturou CzechTourism a ECEAT CZ pomáhá Svaz venkovské turistiky při propagaci ubytovacích zařízení svých členů. Svaz je pověřen Ministerstvem pro místní rozvoj certifikací ubytování v soukromí.

Existence a činnost informačních center na Trhosvinensku bude využita k začlenění agroturistické farmy Na Stráni do místního i regionálního produktu cestovního ruchu. Informačním centřům (Trhové Sviny, Borovany, Nové Hrady, Olešnice) budou předány propagační letáky farmy a pohlednice.

Důležitá je spolupráce s Místní akční skupinou Sdružení Růže. Prostřednictvím MAS Sdružení Růže mohou být čerpány finanční zdroje z Programu rozvoje venkova ČR 2008–2013. Vedle toho pomáhá MAS Sdružení Růže místním podnikatelům, výrobcům a poskytovatelům služeb s propagací jejich nabídky, připravuje jednotné značení místních produktů z oblasti Novohradska, usiluje o vyznačení hiposteze, jejich propojení do sousedních regionů apod.

4.7.3 BALÍČKY SLUŽEB

Přípravou a nabídkou balíčků služeb se majitelé pokusí o prodloužení sezóny. Krátkodobé pobyty se stěžejním zážitkovým prvkem se budou prezentovat jako celek s konečnou cenou a rozpisem nabízených služeb. Zacílí se opět na rodiny s dětmi a také na skupinu starší osoby. Pobyty budou zahrnovat cca 2 přenocování a soustředěny budou do měsíců duben–červen, září–říjen. Jedinečnost těchto pobytů bude v zážitku, duševním obohacení, prožití něčeho nevšedního.

Příklad: 3denní pobyt (2 přenocování) v době zabijačky, zaměřeno na cílovou skupinu starší osoby. Služby zahrnuté v ceně pro 1 osobu: 2x přenocování, účast při zpracování masa, ochutnávka zabijačkových výrobků, dárek (sklenička zavařených brusinek a sáček sušených hub).

4.8 FINANČNÍ PLÁN

4.8.1 ZAKLADATELSKÝ KAPITÁL

Vlastní kapitál, který bude vložen do rekonstrukce, zprovoznění farmy a apartmánů je 4 000 000 Kč, není tedy potřeba využít bankovní ani jiný typ úvěru. Z této částky bude 1 400 000 Kč použito na přestavbu ubytování pro majitele a 2 600 000 Kč bude investováno do podnikání. Z vlastních zdrojů bude zajištěno i období rozjezdu farmy.

Tabulka 5: Zahajovací rozvaha (Kč)

Aktiva		Pasiva	
Stálá aktiva	0,-	Vlastní kapitál	2 600 000,-
Dlouhodobý hmotný majetek	0,-	Základní kapitál	2 600 000,-
Dlouhodobý nehmotný majetek	0,-	Výsledek hosp. běž. účet. období	
Dlouhodobý finanční majetek	0,-		
Oběžná aktiva	2 600 000,-	Cizí zdroje	0,-
Zásoby	0,-	Rezervy	0,-
Dlouhodobé pohledávky	0,-	Dlouhodobé závazky	0,-
Krátkodobé pohledávky	0,-	Krátkodobé závazky	0,-
Krátkodobý finanční majetek	2 600 000,-	Bankovní úvěry a výpomoci	0,-
Aktiva celkem	2 600 000,-	Pasiva celkem	2 600 000,-

Zdroj: Autorka

Tabulka 6: Predikce investičních nákladů

Položka	Cena (Kč)
Stavební práce	2 000 000,-
Vybavení apartmánů	400 000,-
Vybavení prádelny (pračka, sušička...)	100 000,-
Dětské hřiště	60 000,-
Nákup hospodářských zvířat	6 600,-
Celkem	2 566 000,-

Zdroj: Autorka

4.8.2 KALKULACE NÁKLADŮ A CENY

Dlouhodobý hmotný majetek (budova) vstupuje do nákladů prostřednictvím odpisů. Pro účely daně z příjmů je nutno užít odpisy daňové, tj. vypočítané dle zákona o daních z příjmů. Budova se bude odepisovat 30 let. Zbývající investiční náklady se celé promítnou do nákladů v 1. roce.

Tabulka 8 uvádí přehled nákladů ve 2. roce činnosti, kde dochází k navýšení některých nákladových položek (krmivo, marketing a reklama, ostatní). Podobně tabulka 9 obsahuje seznam stálých nákladů ve 3. roce činnosti, které jsou navýšeny o 5 % oproti 2. roku. Také variabilní náklady budou ve 2. a 3. roce navýšeny zhruba o 5 %.

Tabulka 7: Kalkulace ročních stálých nákladů (1. rok)

Položka	Cena (Kč)
Ohlášení živnosti (jednotný registrační formulář)	1 000,-
Tvorba webových stránek	10 000,-
Členství ve Svazu venkovské turistiky	500,- + 300,- + 700,-*
Certifikace ubytování	3 000,-
Výroba pohlednic 250 ks	1 300,-
Výroba informačních letáků 1 000 ks	1 000,-
Krmivo pro zvířata a veterinární péče	4 000,-
Služby účetní firmy	6 000,-
Investiční náklady a odpisy	594 600,-
Ostatní náklady (poplatky za televizi...)	5 000,-
Celkem	626 400,-
*jednorázové zápisné + členský roční příspěvek + mandátní roční poplatek za zastupování zájmů člena	

Zdroj: Autorka

Tabulka 8: Kalkulace ročních stálých nákladů (2. rok)

Položka	Cena (Kč)
Marketing a reklama	5 000,-
Členství ve Svazu venkovské turistiky	1 000,-
Krmivo pro zvířata a veterinární péče	6 000,-
Služby účetní firmy	6 000,-
Odpisy	68 000,-
Údržba a opravy	17 000,-
Ostatní náklady (poplatky za televizi, svoz odpadu...)	6 000,-
Celkem	109 000,-

Zdroj: Autorka

Tabulka 9: Kalkulace ročních stálých nákladů (3. rok)

Položka	Cena (Kč)
Marketing a reklama	6 000,-
Členství ve Svazu venkovské turistiky	1 000,-
Krmivo pro zvířata a veterinární péče	8 000,-
Služby účetní firmy	6 000,-
Odpisy	68 000,-
Údržba a opravy	19 000,-
Ostatní náklady (poplatky za televizi, svoz odpadu...)	6 500,-
Celkem	114 500,-

Zdroj: Autorka

Tabulka 10: Kalkulace variabilních nákladů na osobu a den

Nákladová položka	Množství	Cena (Kč)
Elektřina	2,3 kWh	10,40
Vodné a stočné	150 l	9,-
Toaletní potřeby		5,-
Praní prádla		10,-
Odměna		30,-
Celkem		64,40*

* v 1. roce (dále pak 67,40 Kč ve 2. roce a 70,40 Kč ve 3. roce)

Zdroj: Autorka

Předpokládané využití lůžkové kapacity

Vyhodnocení ekonomické efektivity je provedeno ve třech variantách. Jde o variantu reálnou, kdy je počítáno s 60% využitím lůžkové kapacity, variantu optimistickou (90% obsazenost) a variantu pesimistickou (30% obsazenost).

- Ubytovací kapacita: 10 lůžek
- Délka sezony: 214 dnů (duben–říjen)
- Počet přenocování celkem: 2 140
- Počet přenocování (90% využití kapacity): 1 926
- Počet přenocování (60% využití kapacity): 1 284
- Počet přenocování (30% využití kapacity): 642

Tabulka 11: Cenová kalkulace dle nákladů

Položka	
Roční stálé náklady	109 000 Kč
Variabilní náklady na jednu osobu a den	64,40 Kč
Počet přenocování	642
Cena za osobu	234 Kč (ceník viz tabulka 4)

Zdroj: Autorka

4.8.3 VYHODNOCENÍ EKONOMICKÉ EFEKTIVNOSTI PŘI 90% VYUŽITÍ UBYTOVACÍ KAPACITY

Tabulka 12: Tržby za ubytování při 90% využití kapacity

Délka sezóny	2 140 dní
Průměrná cena za osobu	380 Kč
Počet přenocování	1 926
Tržby celkem	731 880 Kč

Zdroj: Autorka

Tabulka 13: Celkové roční náklady

Položka (Kč)	1. rok	2. rok	3. rok
Stálé náklady	626 400,00	109 000,00	114 500,00
Variabilní náklady	124 034,40	129 812,40	135 590,40
Náklady celkem	750 434,40	238 812,40	250 090,40

Zdroj: Autorka

Tabulka 14: Zisk při 90% využití kapacity ubytování

Bilance (Kč)	1. rok	2. rok	3. rok
Tržby celkem	731 880,00	731 880,00	731 880,00
Náklady celkem	750 434,40	238 812,40	250 090,40
Hrubý zisk	- 18 554,40	493 067,60	481 789,60

Zdroj: Autorka

Z výše uvedeného přehledu je patrné, že po vyrovnání ztráty v 1. roce podnikání a odečtení daně z příjmů se zisk začne vytvářet již v druhém roce činnosti. Jde však o variantu optimistickou, kdy je počítáno s 90% využití kapacity ubytování.

4.8.4 VYHODNOCENÍ EKONOMICKÉ EFEKTIVNOSTI PŘI 60% VYUŽITÍ UBYTOVACÍ KAPACITY

Tabulka 15: Tržby za ubytování 60% využití kapacity

Délka sezóny	2 140 dní
Průměrná cena za osobu	380 Kč
Počet přenocování	1 284
Tržby celkem	487 920 Kč

Zdroj: Autorka

Tabulka 16: Celkové roční náklady

Položka (Kč)	1. rok	2. rok	3. rok
Stálé náklady	626 400,00	109 000,00	114 500,00
Variabilní náklady	82 689,60	86 541,60	90 393,60
Náklady celkem	709 089,60	195 541,60	204 893,60

Zdroj: Autorka

Tabulka 17: Zisk při 60% využití kapacity ubytování

Bilance (Kč)	1. rok	2. rok	3. rok
Tržby celkem	487 920,00	487 920,00	487 920,00
Náklady celkem	709 089,60	195 541,60	204 893,60
Hrubý zisk	- 221 169,60	292 378,40	283 026,40

Zdroj: Autorka

Při 60% využití kapacity ubytování, po pokrytí ztráty vzniklé v 1. roce a odečtení daně z příjmů, je možno předpokládat částečný zisk již ve 2. roce činnosti.

4.8.5 VYHODNOCENÍ EKONOMICKÉ EFEKTIVNOSTI PŘI 30% VYUŽITÍ UBYTOVACÍ KAPACITY

Tabulka 18: Tržby za ubytování 30% využití kapacity

Délka sezóny	2 140 dní
Průměrná cena za osobu	380 Kč
Počet přenocování	642
Tržby celkem	243 960 Kč

Zdroj: Autorka

Tabulka 19: Celkové roční náklady

Položka (Kč)	1. rok	2. rok	3. rok
Stálé náklady	626 400,00	109 000,00	114 500,00
Variabilní náklady	41 344,80	43 270,80	45 196,80
Náklady celkem	667 744,80	152 270,80	159 696,80

Zdroj: Autorka

Tabulka 20: Zisk při 30% využití kapacity ubytování

Bilance (Kč)	1. rok	2. rok	3. rok
Tržby celkem	243 960,00	243 960,00	243 960,00
Náklady celkem	667 744,80	152 270,80	159 696,80
Hrubý zisk	- 423 784,80	91 689,20	84 263,20

Zdroj: Autorka

Pesimistická varianta, která předpokládá obsazenost 30 % ubytovací kapacity, nevykazuje tvorbu zisku v prvních třech letech podnikání. Odhadem (při zachování ceny ubytování) lze zisk očekávat až v 7. roce činnosti.

4.8.6 PŘEDPOKLÁDANÝ CASH FLOW

Cash flow odráží přírůstek nebo úbytek peněžních prostředků při činnosti farmy. Představuje také tvorbu a užití finančních prostředků.

Při sestavování cash flow v prvních třech letech činnosti bylo přihlédnuto k nižší obsazenosti ubytovací kapacity a počítáno bylo s tržbami při 30% využití kapacity.

Tabulka 21: Předpokládaný cash flow v 1. roce činnosti (Kč)

1. rok	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí
Hotovost na začátku čtvrtletí	2 600 000,-	9 200,-	8 200,-	209 760,-
Příjmy				
Tržby	0,-	0,-	243 960,-	0,-
Příjmy celkem	0,-	0,-	243 960,-	0,-
Výdaje				
Investiční činnost	2 566 000,-	0,-	0,-	0,-
Marketing a reklama	16 800,-	0,-	0,-	0,-
Provozní činnost	8 000,-	1 000,-	42 400,-	6 000,-
Výdaje celkem	2 590 800,-	1 000,-	42 400,-	6 000,-

Zdroj: Autorka

Tabulka 22: Předpokládaný cash flow v 2. roce činnosti (Kč)

2. rok	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí
Hotovost na začátku čtvrtletí	203 760,-	192 760,-	224 360,-	381 220,-
Příjmy				
Tržby	0,-	53 200,-	190 760,-	0,-
Příjmy celkem	0,-	53 200,-	190 760,-	0,-
Výdaje				
Marketing a reklama	5 000,-	500,-	500,-	0,-
Provozní činnost	6 000,-	21 100,-	33 400,-	16 000,-
Výdaje celkem	11 000,-	21 600,-	33 900,-	16 000,-

Zdroj: Autorka

Tabulka 23: Předpokládaný cash flow ve 3. roce činnosti (Kč)

3. rok	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí
Hotovost na začátku čtvrtletí	365 220,-	351 220,-	370 620,-	417 980,-
Příjmy				
Tržby	0,-	34 200,-	190 760,-	19 000,-
Příjmy celkem	0,-	34 200,-	190 760,-	19 000,-
Výdaje				
Marketing a reklama	4 000,-	1 000,-	1 000,-	0,-
Provozní činnost	10 000,-	13 800,-	42 400,-	15 720,-
Výdaje celkem	14 000,-	14 800,-	43 400,-	15 720,-

Zdroj: Autorka

4.9 VZTAHY K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ

Samotný fakt, že existence a rozvoj agroturistiky jsou podmíněny zachováním zdravého životního prostředí a atraktivního území, je nejdůležitějším důkazem o pozitivním vztahu projektu k životnímu prostředí.

Podrobnější průzkum uvedeného podnikatelského záměru odhalí, že ani rekonstrukce objektu určitě neovlivní životní prostředí negativním způsobem. Stavební práce totiž proběhnou v rámci již zastavěné plochy a k dalšímu záboru půdy nedojde. Při chovu zvířat a pěstování rostlin budou použita pouze přírodní krmiva a hnojiva. Minimalizace množství domovního odpadu bude zajištěna poučením hostů o základních zásadách třídění odpadů a jejich dodržováním. Zásady třídění odpadů spočívají v důsledném

rozdělování odpadů na recyklovatelné (papír, sklo, kov, plasty, kompostovatelné), nebezpečné (např. léky, galvanické články) a ostatní.

4.10 RIZIKA PROJEKTU

Rizika projektu odhaluje SWOT analýza agroturistické farmy uvedená v kapitole 4.6.4.

Vstup nových konkurentů

Konkurencí se mohou stát již existující rodinné farmy, které diverzifikací mění portfolio svých nabízených aktivit tzn., zaměřují se i na nezemědělské činnosti (ubytování na farmě). Další možnou konkurenci představuje zakládání nových agrofarem, které vzniknou znovuoživením starých zemědělských usedlostí a jejich přizpůsobením k agroturistice. Agroturistika je významným nástrojem pro rozvoj venkova a je podporována řadou dotačních titulů, což snižuje bariéry při vstupu nových subjektů na trh.

Vznik rizika lze eliminovat udržením vysoké kvality nabízených služeb, péčí o stálé klienty a rozšiřováním nabídky.

Onemocnění domácích zvířat

Další riziko spočívá v plošném onemocnění chovaných zvířat (králíci, kozy). Riziko se dá poměrně snadno minimalizovat pravidelnou a důslednou veterinární péčí a očkovaním.

Oslabení fenoménu agroturistiky

V současné době je venkovský cestovní ruch, potažmo agroturistika, podporována řadou subjektů státní správy a samosprávy (ministerstva, svazky obcí...) vytvářením podmínek a přípravou vhodného prostředí pro její rozvoj. Cílená propagace Svazu venkovské turistiky spolu s celospolečensky důležitým tématem ekologie a vztahu k životnímu prostředí napomáhá zvyšovat zájem o tuto formu cestovního ruchu. Avšak riziko útlumu existuje v podobě měnící se věkové struktury obyvatelstva a možné změny životního stylu nebo vznikem nových forem cestovního ruchu.

Sjednocení sazby DPH

Sjednocení sazby DPH by přineslo okamžitý nárůst cen řady výrobků a služeb, které jsou nyní ve snížené sazbě. Zvýšila by se tak například cena za distribuci elektřiny, tepla a vody. Ke snížení koupěschopnosti českých domácností by přispělo i zdražení potravin. Samotnou kapitolou jsou stavební práce a ubytovací služby, u nichž je doposud také uplatňována snížená sazba DPH. Po sjednocení je téměř jisté, že by i zde došlo k nárůstu cen.

Po přesunu výrobků a služeb ze snížené sazby DPH bude nutné přepracování podnikatelského záměru, zejména finančního plánu, a opětovné vyhodnocení ekonomické efektivity podnikání.

VI ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo vypracovat kompletní dokumentaci podnikatelského záměru pro konkrétní agroturistickou farmu dle aktuálních trendů ve venkovské turistice a agroturistice, zanalyzovat tržní podmínky a zjistit, zda má či nemá podnikání potenciál vytvářet zisk. Dílčí cíle měly vymezit poslání podniku a okruh služeb, které bude nabízet, zvolit zdroje financování a vhodný způsob distribuce nabízených služeb, najít vhodné trhy a cílové skupiny zákazníků.

Poznatky získané v první části bakalářské práce, literární rešerši, byly aplikovány v praktické části při tvorbě konkrétního podnikatelského plánu. Podnikatelský plán obsahuje podrobný popis podniku, analýzu spotřebitelské poptávky provedenou formou dotazníkového šetření, analýzu konkurence, marketingovou strategii a finanční plán. V samostatné části *Trhosvinensko – destinace venkovské turistiky* jsou analyzovány podmínky této oblasti pro rozvoj venkovské turistiky.

Z výsledků získaných rozborem tržních podmínek v praktické části práce bylo zjištěno, že na Trhosvinensku neexistuje žádná agroturistická farma, tedy žádný přímý konkurent. Dle spotřebitelských preferencí lze očekávat zájem o letní, krátkodobější pobyty. Produktem agroturistické farmy Na Stráni bude ubytování vysokého standardu, nabídka sezónní zeleniny a ovoce, kontakt s domácími zvířaty a další služby poskytované v rámci možností farmy a podle přání hostů. Komplex služeb je určen především tuzemským rodinám s dětmi, které většinu roku tráví ve městech. Hlavními médii pro propagaci služeb byly zvoleny internet a prezentace na různých výstavách a veletrzích prostřednictvím Svazu venkovské turistiky. Výhodou pro nastartování provozu agroturistické farmy je vlastnictví hospodářského stavení s polnostmi a vlastní počáteční peněžní vklad. Ve finančním plánu byla třemi variantami zpracována ekonomická efektivita podnikání, přičemž reálná varianta odhalila schopnost tvorby zisku již ve druhém roce činnosti. Podnikatelské myšlenky jsou tedy z finančního hlediska realizovatelné a dokáží vytvořit uspokojivou míru výnosu.

Vyhotovení podnikatelského záměru splnilo hlavní i dílčí cíle.

Před zahájením tvorby podnikatelského záměru v praktické části bakalářské práce byly stanoveny hypotézy:

1) Podnikatelský plán pomůže v utřídění myšlenek a vytyčení cílů podnikání.

Ano, sestavování podnikatelského plánu přineslo ujasnění představ a stanovení konkrétních cílů ve dvou zásadních otázkách – velikost trhu a standard ubytování.

Při výběru cílového segmentu (rodiny s dětmi, starší osoby) bylo zároveň rozhodnuto, že služby budou v prvních letech činnosti propagovány pouze na českém trhu a po získání zkušeností, povědomosti a zavedení farmy budou vhodnou formou nabízeny a přizpůsobeny i hostům ze zahraničí.

Z provedené analýzy konkurence vyplývá, že na Trhosvinensku chybí nabídka ubytování venkovského cestovního ruchu vyšší kvality a standardu pro movitější klientelu. Hlavní nabízenou službou a konkurenční výhodou bude proto ubytování vysokého standardu. Hypotéza byla potvrzena.

2) Během sestavování plánu se mohou objevit krizová místa projektu.

Původní myšlenkou bylo provozovat agroturistikou farmu celoročně, avšak informace nasbírané během sestavování podnikatelského záměru vedly k přehodnocení a stanovení provozní doby na 7 měsíců v roce (duben–říjen). Hlavním důvodem je uzavření významných turistických cílů na Trhosvinensku pro návštěvníky během zimních měsíců (tvrz Žumberk, Buškův Hamr, ZOO Dvorec a další) a neexistence technického vybavení pro provozování zimních sportů, což bohužel snižuje atraktivitu oblasti i její návštěvnost. Hypotézu lze i v tomto případě potvrdit.

3) Trhosvinensko má k rozvoji odpovědné venkovské turistiky dobré předpoklady.

Trhosvinensko může zájemcům o venkovskou turistiku nabídnout především neporušenou přírodu, řadu památek místního i regionálního významu a síť dobře značených pěších a cyklistických stezek. Výsledky SWOT analýzy venkovské turistiky Trhosvinenska hypotézu potvrdily.

Podnikatelský záměr byl vypracován pro konkrétní zemědělskou usedlost v Jihočeském kraji a může sloužit jako reálný podklad při zahájení podnikatelské aktivity.

VII SUMMARY

The main aim of the bachelor's thesis is to compile a complete documentation of the business plan for a agrotourism farm according to current trends in rural tourism and agrotourism, analyze market conditions and determine whether or not the farm has the potential to generate a profit.

The theoretical part defines the terms tourism, rural tourism and business plan. Information gathered in the first part is used in the practical part to work out the business plan for the concrete agrotourism farm in South Bohemia. The business plan contains a description of the agrotourism farm, consumer demand analysis conducted by questionnaire, competitive analysis, marketing strategy and financial plan with a calculation of economic indicators. There is the part in the thesis as well, which analyzes the conditions of destination Trhosvinensko for development of rural tourism.

Trhosvinensko can offer its guests intact nature and lots of sights. There is no direct competitor in this destination. The product of agrotourism farm Na Stráni will be accomodation of high standard, seasonal fruits and vegetables, contact with animals and other services. Services will be offered mainly to families with children that spend most of the year in cities. The offer of services will be promoted by means of internet and presentations at various fairs and exhibitions.

The business plan was written to help owners with taking decision on setting up the agrotourism farm. The advantage for setting up the farm is ownership of a farmhouse with fields and own money investment. The financial plan includes three variants of the economic efficiency. The real variant has showed the ability to create profit already in the second year of business. Business ideas are able to create a satisfactory rate of profit.

VIII SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ALBRECHT, J. a kol. *Novohradské hory a Novohradské podhůří*. 1. vyd. Praha: Baset, 2006. 847 s. ISBN 80-7340-091-X

BERÁNEK, J., KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*. 3. přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting, Grada Publishing, 2003. 218 s. ISBN 80-86724-00-X

BLAŽKOVÁ, M. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 280 s. ISBN 978-80-247-1535-3

BURIAN, M. *První průvodce venkovskou turistikou aneb Jedou k nám hosté*. 1. vyd. Brno: ECEAT CZ, 1999. 52 s. ISBN 80-902640-0-X

FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 1999. 220 s. ISBN 80-7169-812-1

HOKR, V. *Paměť Slepíčních hor*. 1. vyd. Novohradská občanská společnost, 2003. 76 s. ISBN 80-239-0605-4

HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 224s. ISBN 80-168-948-3

JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180s. ISBN 80-7169-995-0

KOTLER, P., KELLER, K. L. *Marketing Management*. 9. přeprac. vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. 710 s. ISBN 80-7169-600-5

MORAVEC, I. a kol. *Venkovská turistika v Rakousku, České republice a Francii*. 1. vyd. České Budějovice: Centrum pro komunitní práci, 2007. 69 s. ISBN: 978-80-86902-50-0

PARMOVÁ, D. *Řízení služeb: přednášky*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2004. 96 s. ISBN 80-7040-673-9

STRÍBRNÁ, M. *Venkovská turistika a agroturistika*. 1. vyd. Praha: ProfiPress, 2005. 65 s. ISBN 80-86726-14-2

INTERNETOVÉ ZDROJE

ČTK, Elektronický čtrnáctideník časopisu COT business: Dovolená na statku? Mírný vzestup. *Cestovni-ruch.cz* [online]. 25.7.2007, [cit. 2010-12-10]. Dostupný z WWW: <http://www.cestovni-ruch.cz/zdroje/cot/cot_news_250707.pdf>

TIETZOVÁ, K. Podnikatelský plán: Jeden z pilířů úspěšného podniku. *Podnikatel.cz* [online]. 6.3.2008, [cit. 2010-09-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/podnikatelsky-plan-jeden-z-piliru-podniku/>>

SEZNAM TABULEK, SCHÉMAT, GRAFŮ A MAP

Tabulka 1 Příklady faktorů sledovaných v rámci PEST analýzy	23
Tabulka 2 Přehled konkurenčních ubytovacích zařízení	54
Tabulka 3 SWOT analýza agroturistické farmy Na Stráni	56
Tabulka 4 Cena (Kč) ubytování s možností vlastního vaření	57
Tabulka 5 Zahajovací rozvaha (Kč).....	59
Tabulka 6 Predikce investičních nákladů	59
Tabulka 7 Kalkulace ročních stálých nákladů (1. rok)	60
Tabulka 8 Kalkulace ročních stálých nákladů (2. rok)	60
Tabulka 9 Kalkulace ročních stálých nákladů (3. rok)	61
Tabulka 10 Kalkulace variabilních nákladů na osobu a den	61
Tabulka 11 Cenová kalkulace dle nákladů	62
Tabulka 12 Tržby za ubytování při 90% využití kapacity	62
Tabulka 13 Celkové roční náklady	62
Tabulka 14: Zisk při 90% využití kapacity ubytování.....	62
Tabulka 15 Tržby za ubytování 60% využití kapacity	63
Tabulka 16 Celkové roční náklady	63
Tabulka 17 Zisk při 60% využití kapacity ubytování.....	63
Tabulka 18 Tržby za ubytování 30% využití kapacity	63
Tabulka 19 Celkové roční náklady	64
Tabulka 20 Zisk při 30% využití kapacity ubytování.....	64
Tabulka 21 Předpokládaný cash flow v 1. roce činnosti (Kč).....	64
Tabulka 22 Předpokládaný cash flow v 2. roce činnosti (Kč).....	65
Tabulka 23 Předpokládaný cash flow ve 3. roce činnosti (Kč)	65
Schéma 1 Porterův model pěti sil	22
Schéma 2 Čtyři P marketingového mixu	25
Graf 1 Struktura respondentů dle pohlaví.....	52
Graf 2 Struktura respondentů dle věku	52

Graf 3 Preference v počtu přenocování	53
Mapa 1 Geografická mapa správního obvodu ORP Trhové Sviny	32

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA 1 Mapa 2: Trhové Sviny a okolí 1:100 000

PŘÍLOHA 2 Mapa 3: Naučné pěší stezky a cyklostezky 1:75 000

PŘÍLOHA 3 Tabulka 24: Domácí a výjezdový cestovní ruch českých rezidentů

PŘÍLOHA 4 Dotazník

PŘÍLOHA 5 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Graf 4: Otázka č. 1

Graf 5: Otázka č. 2

Graf 6: Otázka č. 3

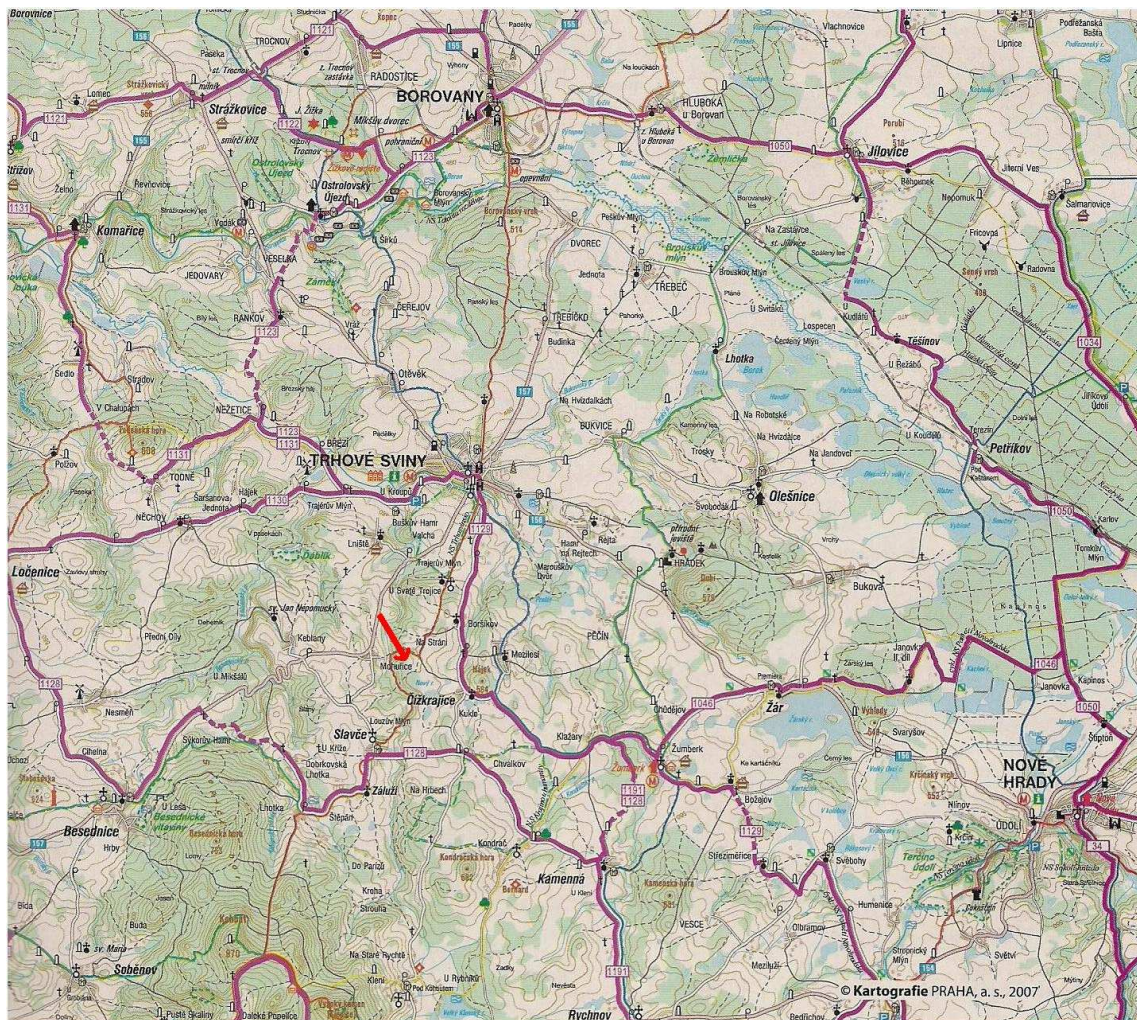
Graf 7: Otázka č. 4

Graf 8: Otázka č. 5

Graf 9: Otázka č. 7

PŘÍLOHA 1

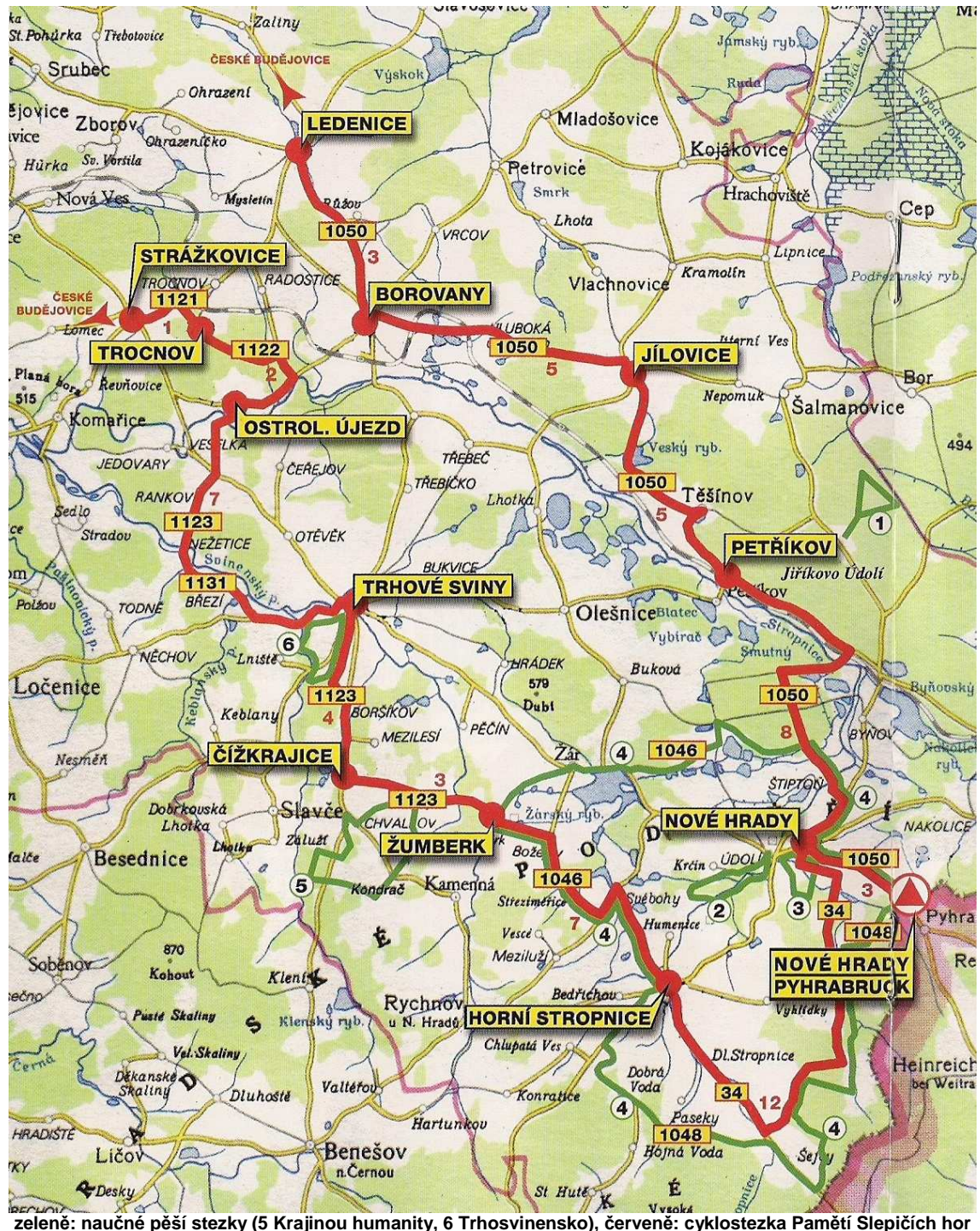
Mapa 2: Trhové Sviny a okolí 1:100 000



Zdroj: Kartografie PRAHA, a. s., Česká republika (2007)

PŘÍLOHA 2

Mapa 3: Naučné pěší stezky a cyklostezky 1:75 000



Zdroj: Hokr, V. *Paměť Slepických hor* (2003)

PŘÍLOHA 3

Tabulka 24: Domácí a výjezdový cestovní ruch českých rezidentů

Rok	Počet delších cest v tis. (4 a více přenocování)		Počet kratších cest v tis. (1 až 3 přenocování)	
	v ČR	do zahraničí	v ČR	do zahraničí
2003	5 884	4 457	20 356	1 203
2004	5 552	4 031	17 114	1 072
2005	5 567	4 374	17 372	1 022
2006	4 985	3 949	16 783	1 038
2007	4 908	4 525	14 678	1 434
2008	4 919	4 987	13 155	1 471
2009	5 912	4 541	14 602	1 324
	Průměrný počet přenocování na 1 delší cestě		Průměrný počet přenocování na 1 kratší cestě	
	v ČR	do zahraničí	v ČR	do zahraničí
2003	7,9	9,9	1,9	2,2
2004	8,4	9,0	2,0	2,2
2005	7,7	8,8	1,9	2,2
2006	8,1	9,0	1,9	2,1
2007	8,1	9,2	1,9	2,2
2008	7,8	9,2	1,9	2,2
2009	8,2	8,7	2,0	2,2
	Delší cesty: průměrné výdaje na 1 den (Kč)		Kratší cesty: průměrné výdaje na 1 den (Kč)	
	v ČR	do zahraničí	v ČR	do zahraničí
2003	339	1 136	279	943
2004	357	1 293	271	979
2005	387	1 233	282	1 120
2006	419	1 373	297	1 103
2007	427	1 396	334	1 119
2008	466	1 451	445	1 455
2009	372	1 393	361	1 122

ČSÚ upozorňuje, že v r. 2009 se změnila metodika šetření (místo jednoho náhodně vybraného člena domácnosti jsou šetřeni všichni členové domácnosti), aby se rozšířil vzorek využitelných odpovědí. Z tohoto důvodu jsou údaje nesrovnatelné s daty z předchozích let.

Zdroj: Český statistický úřad (2011)

PŘÍLOHA 4

DOTAZNÍK

Dobrý den, jmenuji se Martina Lemochová a prosím Vás o vyplnění následujícího dotazníku. Vyplnění Vám nezabere více než 5 minut. Výsledky budou použity v bakalářské práci „Podnikatelský záměr vybrané agroturistické farmy“. Cílem dotazníkového šetření je zjistit zájem cílových skupin o venkovský cestovní ruch v ČR a jejich preference.

Vybranou odpověď (vybrané odpovědi) označte.

1. Dovolenu strávenou v ČR na venkově (na farmě, statku, zemědělské usedlosti, v penzionu...):
 - a) neplánujeme
 - b) plánujeme

Pokud jste již agroturistické nabídky využili zhodnoťte:

- c) prožili jsme a rádi si ji zopakujeme
 - d) prožili jsme, ale nesplnila naše představy
2. Bez ohledu na odpověď č. 1. Pokud byste o dovolené na venkově uvažoval/a, bylo by to: (více možných odpovědí)
 - a) v létě
 - b) v zimě
 - c) na jaře
 - d) na podzim
 - e) v době školních prázdnin
 - f) v době svátků (Vánoce, Velikonoce...)
3. Místo pobytu na venkově byste vybíral/a podle: (více možných odpovědí)
 - a) kvality a vybavení ubytování
 - b) přírodní atraktivita a kulturně-historických památek okolí
 - c) sportovního vyžití
 - d) možnosti relaxace a odpočinku
 - e) programu pro děti
 - f) rozmanitosti chovaných zvířat
 - g) vzdálenosti od bydliště, čím blíže tím lépe
 - h) další, prosím uveďte:
.....
.....
4. Za ubytování na venkově v ČR (farma, statek, penzion...) byste zaplatil/a (dospělá osoba za 1 přenocování, bez stravování):
 - a) 150 Kč a méně

- b) 160 – 250 Kč
- c) 260 – 350 Kč
- d) 360 – 450 Kč
- e) 460 – 550 Kč
- f) 560 Kč a více

5. Informace o nabídce ubytování na venkově v ČR byste hledal/a: (více možných odpovědí)

- a) na internetu
- b) u známých
- c) v cestovní kanceláři nebo agentuře
- d) v novinách a časopisech
- e) jinde, prosím uveďte:

.....
.....

6. Délka pobytu by byla:

- a) méně než 3 přenocování
- b) 3 – 5 přenocování
- c) 6 a více přenocování

7. Dovolenu byste strávil/a:

- a) s dětmi
- b) bez dětí

8. Je Vám:

- a) 30 a méně let
- b) 31 – 40 let
- c) 41 – 50 let
- d) 51 a více let

9. Jste:

- a) muž
- b) žena

Děkuji Vám za čas, který jste věnoval/a vyplnění tohoto dotazníku.

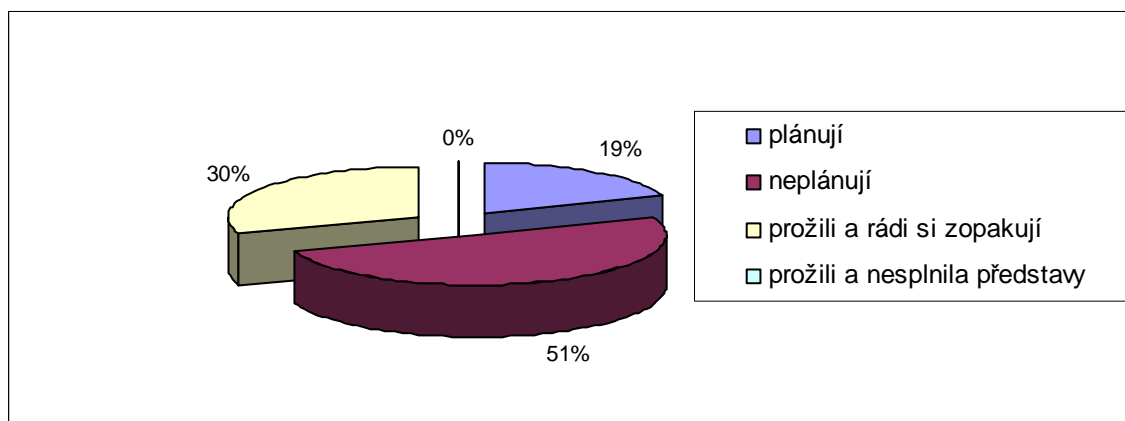
PŘÍLOHA 5

VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Otázka č. 1

Respondenti měli podat informace o tom, zda plánují či neplánují v rámci své dovolené pobyt na venkově. V případě, že takový pobyt již uskutečnili, měli zhodnotit své dojmy.

Graf 4: Otázka č. 1



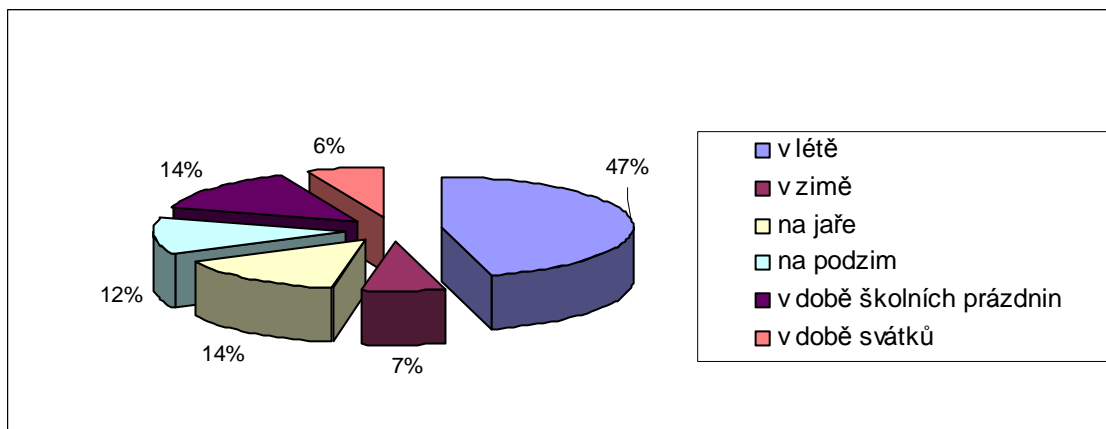
Zdroj: Autorka

Pozitivním zjištěním je, že 30 % tázaných již bylo účastníky venkovského cestovního ruchu a všichni hodnotí pobyt kladně. 19 % respondentů pobyt na venkově plánuje a většina z nich již podobnou dovolenou prožila (zjištěno asistovaným vyplňováním dotazníků). 51 % respondentů o účasti na venkovském cestovním ruchu zatím neuvažuje.

Otázka č. 2

V otázce byli respondenti vyzváni, aby označili období, které by si vybrali pro strávení dovolené na venkově.

Graf 5: Otázka č. 2



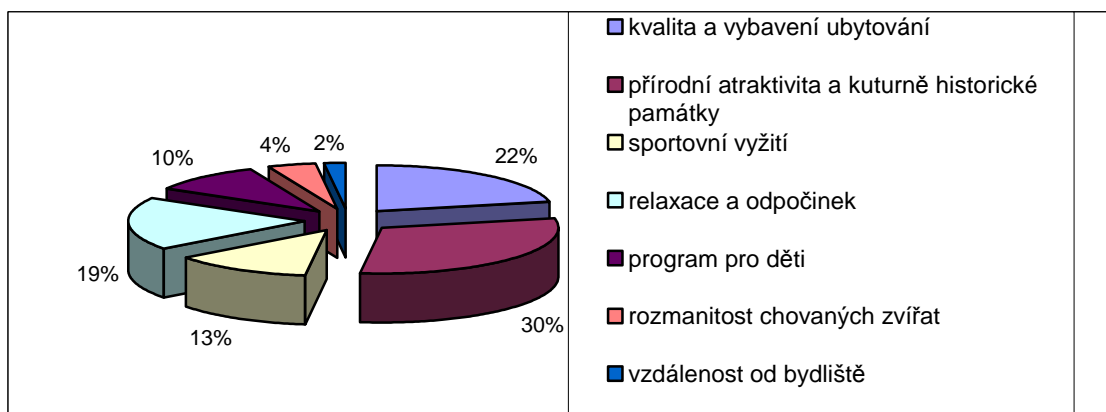
Zdroj: Autorka

Téměř polovina respondentů si přeje uskutečnit pobyt v létě, 14 % v době školních prázdnin, 14 % na jaře a 12 % na podzim. O zimní pobyty a pobyty uskutečněné v době svátků (Vánoce, Velikonoce) není veliký zájem. V zimě by pobyt na venkově zvolilo 7 % dotázaných a v době svátků 6 %, tj. 6 osob.

Otázka č. 3

Odpovědi na tuto otázku mají určit preference při výběru místa pobytu.

Graf 6: Otázka č. 3



Zdroj: Autorka

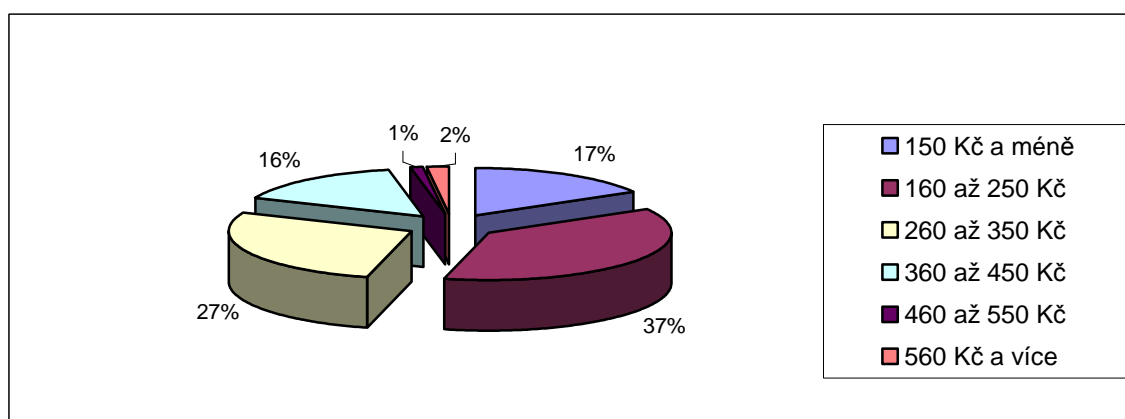
Z nabídnutých odpovědí vybralo 30 % respondentů přírodní atraktivitu a kulturně historické památky jako jeden z rozhodujících prvků při výběru místa pobytu. Dalším

důležitým kritériem při volbě místa pobytu je kvalita a vybavení ubytování (22 %) a 19 % respondentů volí možnost relaxace a odpočinku. 13 % respondentů by se, mimo jiné, rozhodovalo také podle sportovního vyžití v místě pobytu a 10 % podle programu pro děti. Ukázalo se, že počet druhů domácích zvířat nehraje při výběru významnou roli (4 %) a ani vzdálenost od místa pobytu není rozhodující (2 %).

Otázka č. 4

Otázka zjišťuje kolik by respondenti byli ochotni zaplatit za ubytování (1x přenocování, bez stravování).

Graf 7: Otázka č. 4



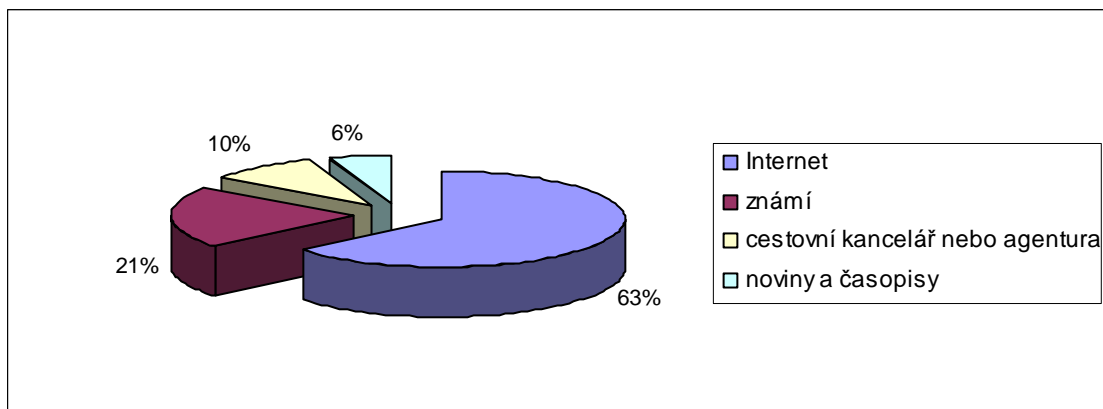
Zdroj: Autorka

Výsledky potvrdily skutečnost, že dovolená ve venkovském prostředí je v ČR spjatá se synonymem levná. 37 % respondentů by za jedno ubytování utratilo 160 až 250 Kč, 27 % by zaplatilo 260 až 350 Kč a 17 % je ochotno za ubytování na venkově vydat nejvýše 150 Kč. 16 % respondentů by zaplatilo 360 až 450 Kč, jeden respondent 460 až 550 Kč a dva tázaní by z rodinného rozpočtu vydali 560 Kč a více.

Otázka č. 5

Respondenti jsou žádáni, aby uvedli způsoby, kterými by vyhledávali ubytování na venkově.

Graf 8: Otázka č. 5



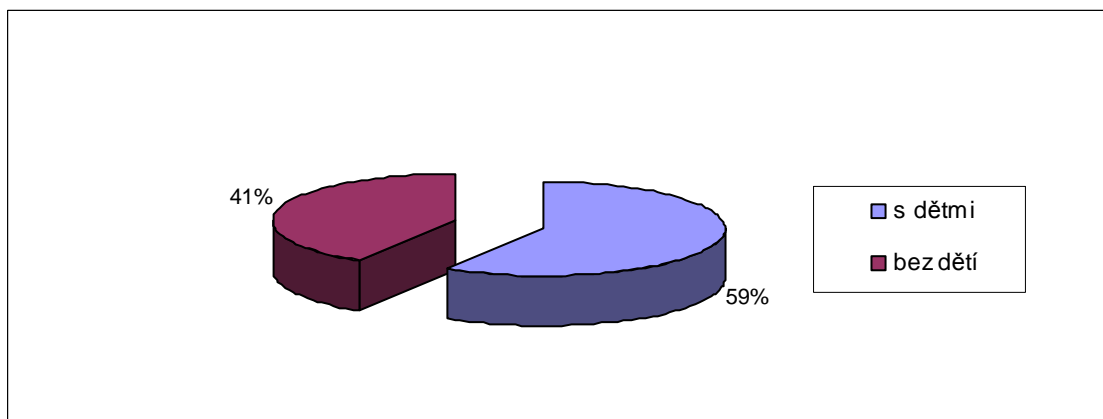
Zdroj: Autorka

Dle znázorněné struktury odpovědí lze předpokládat, že nejúčinnějším způsobem propagace je internet, který jako způsob vyhledávání ubytování volilo 63 % dotázaných. 21 % zúčastněných by se rozhodovalo podle doporučení známých a 10 % se svěří do péče cestovní kanceláře nebo agentury. Pouze 6 % respondentů uvedlo, že by nabídku ubytování hledalo v novinách a časopisech. Během vyplňování dotazníků s asistencí bylo zjištěno, že tisk, jako zdroj informací, využívají především starší osoby.

Otázka č. 7

Otázka zjišťuje, kolik respondentů by strávilo dovolenou na venkově společně s dětmi.

Graf 9: Otázka č. 7



Zdroj: Autorka

Ze vzorku respondentů by jich 59 % uskutečnilo pobyt na venkově společně s dětmi.