

Projekt založení podniku - včelí farma

Bc. Martin Raška

Diplomová práce
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Martin Raška**
Osobní číslo: **M18190**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Projekt založení podniku – včelí farma**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujete literární rešerši zabývající se podnikáním a tvorbou podnikatelského plánu.

II. Praktická část

- Provedte analýzu podnikatelského prostředí.
- Zhodnotte výsledky analýz a formulujte závěry pro založení podniku.
- Vypracujte konkrétní projektové řešení založení podniku – včelí farma.
- Navržený projekt podrobte nákladové, časové a rizikové analýze.

Závěr

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

Seznam doporučené literatury:

ABRAMS, Rhonda. *Successful business plan: secrets & strategies*. 7th edition. Palo Alto, California: PlanningShop, 2019, 444 s. ISBN 978-1-933895-82-6.
COLWELL, Ken. *Starting a business quickstart guide: the simplified beginner's guide to launching a successful small business, turning your vision into reality and achieving your entrepreneurial dream*. Albany, NY: ClydeBank Business, 2019, 274 s. ISBN 978-1-945051-82-1.
FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů*. Praha: Grada, 2011, 408 s. Expert. ISBN 9788024732930.
SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011, 194 s. Expert. ISBN 9788024741031.
SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 6., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2015, 526 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 9788074002748.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Šárka Papadaki, Ph.D.**
Ústav podnikové ekonomiky

Datum zadání diplomové práce: **6. ledna 2020**
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2020**

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 6. ledna 2020

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

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

Prohlašuji,

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

Ve Zlíně 10. 8. 2020

Jméno a příjmení: Martin Raška.....

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Předkládaná diplomová práce se zabývá sestavením podnikatelského plánu pro založení nového podniku konkrétně včelí farmy. Jeho specializací je chov včel a přímý prodej včelího medu a včelích oddělků.

V teoretické části diplomové práce jsou předloženy potřebné znalosti, které poslouží jako základ pro vypracování podnikatelského plánu. Jsou zde vysvětleny základní pojmy z oblasti podnikání, právní formy podnikání v České republice, analýzy potřebné pro podnikatelský plán a struktura podnikatelského plánu.

Praktická část práce je zaměřena na vypracování analýz, na které navazuje konkrétní projektové řešení založení včelí farmy.

Klíčová slova: Podnikání, právní formy podnikání, včelí farma, podnikatelský záměr, finanční plán

ABSTRACT

The submitted diploma thesis deals with the compilation of a business plan for the establishment of a new company, specifically a bee farm. Bee farma specializes in beekeeping and direct sales of bee honey and bee nuc.

The theoretical part of the thesis presents the necessary knowledge, which will serve as a basis for developing a business plan. It explains the basic concepts of business, legal forms of business in the Czech Republic, the analysis needed for a business plan and the structure of the business plan.

The practical part of the work is focused on the elaboration of analyzes, which is followed by a specific project solution for the establishment of a bee farm.

Keywords: Enterprise, Legal form of business, Bee farm, Business plan, Financial plan

Na tomto místě bych rád poděkoval paní Ing. Bc. Šárce Papadaki, Ph.D. za cenné rady a hlavně věnovaný čas při vedené mé diplomové práci.

Také bych chtěl poděkovat celé své rodině za velkou podporu a trpělivost při zpracování diplomové práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 PODNIKÁNÍ - ZÁKLADNÍ POJMY	12
1.1 PRÁVNÍ ÚPRAVA PODNIKÁNÍ	12
1.2 ZÁKLADNÍ POJMY PODNIKÁNÍ	13
1.3 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ V ČR.....	15
1.3.1 Podnikání fyzických osob	15
1.3.2 Podnikání právnických osob	16
2 ANALÝZY SOUVISEJÍCÍ S PODNIKATELSKÝM PLÁNEM	20
2.1 SWOT ANALÝZA	20
2.2 PESTLE ANALÝZA.....	21
2.3 PORTERŮV MODEL PĚTI SIL.....	22
3 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	24
3.1 TITULNÍ STRANA	25
3.2 EXEKUTIVNÍ SOUHRN	25
3.3 ANALÝZA TRHU.....	26
3.4 POPIS SPOLEČNOSTI.....	27
3.4.1 Cíle podniku	27
3.4.2 Lokalita a umístění provozovny.....	28
3.4.3 Organizační struktura podniku.....	28
3.5 FINANČNÍ PLÁN	29
3.5.1 Zdroje financování	29
3.6 MARKETINGOVÝ PLÁN	30
3.6.1 Marketingový mix.....	30
3.6.2 Marketingový výzkum	31
3.6.3 Marketingová komunikace.....	31
3.7 PLÁN VÝROBY, NÁKUPU A DISTRIBUCE	32
3.8 HODNOCENÍ RIZIK	32
3.9 PŘÍLOHY.....	33
4 SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI	35
II PRAKTICKÁ ČÁST	36
5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	37
6 PESTLE ANALÝZA	43
6.1.1 Politická oblast.....	43
6.1.2 Ekonomická oblast	44
6.1.3 Sociálně-kulturní oblast	46
6.1.4 Technologická oblast	47
6.1.5 Legislativní oblast	48
6.1.6 Ekologická oblast.....	50
7 PORTERŮV MODEL PĚTI SIL	52

7.1.1	Konkurenční rivalita.....	52
7.1.2	Hrozba vstupu do odvětví	55
7.1.3	Vyjednávací síla dodavatelů	56
7.1.4	Vyjednávací síla odběratelů	56
7.1.5	Hrozba substitutu	57
8	SWOT ANALÝZA	59
8.1	SILNÉ STRÁNKY.....	59
8.2	SLABÉ STRÁNKY.....	59
8.3	PŘÍLEŽITOSTI.....	60
8.4	HROZBY	61
9	ANALÝZA PRÁVNÍ FORMY SPOLEČNOSTI.....	63
10	SHRnutí ANALYTICKÉ ČÁSTI	64
11	PROJEKTOVÁ ČÁST.....	65
11.1	VČELÍ FARMA RAŠKA.....	65
11.2	EXEKUTIVNÍ SOUHRN	66
11.3	POPIS SPOLEČNOSTI.....	67
11.4	MARKETINGOVÝ PLÁN	68
11.4.1	Marketingový mix.....	68
11.4.2	Marketingové cíle.....	73
11.5	TECHNOLOGIE VÝROBY, VÝROBNÍ PLÁN A PLÁN NÁKUPU	73
11.5.1	Technologie včelaření	73
11.5.2	Zakrmování včelstev	73
11.5.3	Léčení včelstev.....	74
11.5.4	Zpracování vosku	75
11.5.5	Zpracování medu a plán výroby.....	75
11.5.6	Balení výrobků.....	76
11.5.7	Kontrola kvality medu.....	76
11.6	FINANČNÍ PLÁN	76
11.6.1	Zakladatelský rozpočet.....	76
11.6.2	Předpokládaný přehled příjmů a výdajů	79
11.6.3	Rozdíl mezi příjmy a výdaji.....	84
11.7	ANALÝZA RIZIK.....	85
11.8	ČASOVÁ ANALÝZA	87
11.9	SHRnutí PROJEKTOVÉ ČÁSTI.....	89
	ZÁVĚR	91
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	92
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	98
	SEZNAM OBRÁZKŮ	99
	SEZNAM TABULEK.....	100
	SEZNAM PŘÍLOH.....	101

ÚVOD

Jedním z nejdůležitějších kroků při začátcích podnikání je kvalitně sestavený podnikatelský plán. Na základě dobře sestaveného podnikatelského plánu lze zjistit, zda je projekt životaschopný a zda existují nějaké rizika, které ho mohou v budoucnu ohrozit. Důvodem pro zvolení tématu založení včelí farmy je možnost spojení autorovi záliby ve včelaření, ke které ho přivedl jeho otec a využití znalostí získaných v průběhu studia na vysoké škole.

Včelařství má v České republice velmi dlouhou historii. První písemné zmínky o včelaření na území České republiky pocházejí z klášterních spisů s 10 a 11 století. Největší význam včel nespočívá v produkci medu ale především v jejich schopnosti opylování plodin. Téměř 80 % všech plodin a rostlin je opylováno právě včelami. I Albert Einstein považoval včely za nenahraditelné a pravil: *"Když včely zmizí ze Země, pak člověku zbývají jen čtyři roky života. Už nebude žádných včel, žádného opylení, žádných rostlin a žádných lidí"*.

Předkládaná diplomová práce je rozdělena do dvou částí, na teoretickou část a praktickou část. V teoretické části diplomové práce je provedena literární rešerše, která osvětlí veškeré pojmy užívané v jednotlivých částech diplomové práce.

Praktická část diplomové práce je dále rozdělena na analytickou a projektovou část. Analytická část obsahuje analýzy potřebné pro zhodnocení vnějšího a vnitřního okolí podniku, díky kterým byly získány potřebné informace o odvětví, trhu a působících vlivech na zakládání podniku. Následuje projektová část, které využívá těchto analýz pro tvorbu podnikatelského plánu. Závěrem je podnikatelský plán zhodnocen z hlediska nákladů, času a rizik.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem diplomové práce je vytvoření podnikatelského plánu na založení nového podniku konkrétně včelí farmy, která bude zákazníkům poskytovat kvalitní český med.

Vedlejším cílem diplomové práce je vytvoření analýzy konkurenčního prostředí v oblasti včelařství, určení a zhodnocení vlivů působících na firmu z mikroekonomického i makroekonomického pohledu, vytvoření finančního plánu a podrobení vytvořeného podnikatelského plánu časové a rizikové analýze.

Teoretická část diplomové práce je vypracována na základě literární rešerše zabývající se tvorbou podnikatelského plánu a problematikou založení nového podnikatelského subjektu. Literární rešerše využívá bibliografické a internetové zdroje.

Analytická část diplomové práce obsahuje několik analýz pro zhodnocení makroekonomického a mikroekonomického okolí podniku. Pro zjištění preferencí potenciálních zákazníků je využito dotazníkového šetření. Pro analýzu okolního prostředí podniku je použita PESTLE analýza. Dále je provedena analýza konkurenčního prostředí na základě Porterova modelu pěti sil. Pro odhalení silných a slabých stránek společnosti a pro určení potenciálních hrozeb a příležitostí je použita SWOT analýza. Poslední provedenou analýzou je analýza právní formy společnosti, kde jsou stanoveny požadavky na základě, kterých je vybrána nejvhodnější právní forma společnosti.

Na základě teoretické části a analytické části je vypracována projektová část diplomové práce, ve které je vyhotoven podnikatelský plán na založení nové společnosti konkrétně včelí farmy. V závěru práce je vytvořený podnikatelský plán podroben časové a rizikové analýze.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKÁNÍ - ZÁKLADNÍ POJMY

V úvodní kapitole diplomové práce je vymezena právní úprava týkající se podnikání v České republice a jsou definovány základní pojmy podnikání.

1.1 Právní úprava podnikání

V České republice existuje několik základních právních předpisů, které upravují podmínky podnikání a jednotlivé oblast podnikatelské činnosti.

Základní právním předpisem je usnesení předsednictva České národní rady o vyhlášení Listiny základní práv a svobod. V této listině je doslova napsáno: *Každý má právo na svobodnou volbu povolání a přípravu k němu, jakož i právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost. Každý má právo vlastnit majetek.* (Česko, 1993, s. 17 - 23)

Druhým důležitým právním předpisem upravující podnikání je Občanský zákoník. V občanském zákoníku jsou vymezeny základní pojmy, jako je fyzická osoba, právnická osoba, podnikatel, podnikání, atd., a obsahuje úpravu obecných otázek souvisejících s podnikáním. Občanský zákoník slouží jako základní právní předpis, který se použije vždy, pokud zvláštní zákon neobsahuje vlastní právní úpravu. (Česko, 2012a, s. 1026 – 1365)

Živnostenský zákon vymezuje vzájemné vztahy mezi subjekty podnikajícími na základě živnostenského oprávnění a státem. V Živnostenském zákonu jsou definovány jednotlivé typy živností, dále jsou zde uvedeny podmínky pro vznik a zánik živnostenského oprávnění a také práva a povinnosti plynoucí z tohoto oprávnění pro živnostníka. (Česko, 1991a, s. 2122 – 2160)

Zákoník práce nabyt účinnosti dnem 1. ledna 2007. Obsah zákoníku práce je zaměřen na podmínky vzniku, změn nebo zániku pracovního poměru mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem. Dále jsou zde uvedeny práva a povinnosti zaměstnance ale i zaměstnavatele plynoucí z uzavření pracovní smlouvy. (Česko, 2006, s. 3146 - 3241)

Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) vymezuje pojmy týkající se obchodních korporací. Tento zákon nahrazuje společně s Občanským zákoníkem Obchodní zákoník, který byl ke dni 1. 1. 2014 zrušen. (Česko, 2012b, s. 1370 – 1482)

Kromě již výše uvedených zákonů platí v České republice i řada dalších zákonů. Tyto zákony různou měrou ovlivňují činnosti podnikatelů a podnikání jako takové. Příkladem může být zákon o účetnictví, zákon o evidenci tržeb, daňové zákony atd.

1.2 Základní pojmy podnikání

Podnikání

Podnikání se vyznačuje několika důležitými rysy:

- Ústředním motivem pro podnikání je dosahování zisku
- Podnikatel dosahuje zisku pomocí uspokojování potřeb zákazníků. Podnikatel musí sledovat zákaznickovy zájmy, požadavky, potřeby, preference atd.
- Potřeby zákazníků jsou uspokojovány za pomoci výrobků a služeb prostřednictvím trhu, což vede k tomu, že podnikatel musí čelit riziku. Podnikatel si musí stanovit takovou strategii a politiku, aby bylo toto riziko na přijatelné úrovni.
- Na počátku podnikání musí podnikatel do svého podniku vložit kapitál, a to vlastní nebo vypůjčeny (Synek a kolektiv, 2006, s. 3)

Veber a Srpová ve své knize uvádí, že lze na pojem „podnikání“ vyložit několika způsoby: „Ekonomické pojetí – podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty.

Psychologické pojetí – podnikání je činnost motivovaná potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Podnikání v tomto pohledu je prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, postavení se na vlastní nohy apod.

Sociologické pojetí – podnikání je vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí. (Veber a srpová, 2005, s. 17)

Právnícké pojetí – podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku“ (Česko 1991a, s. 2122).

Podnikatel

Podnikatelem můžeme označit fyzickou nebo právnickou osobu, která získala živnostenské oprávnění podle živnostenského zákona. Živnostenský list případně koncesní listina poté slouží podnikateli jako průkaz o živnostenském obránění. (Synek a kolektiv, 2006, s. 9)

Nový občanský zákoník definuje podnikatele jako: *Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.* (Česko, 2012a, s. 1072)

Podnik

Podnik slouží podnikateli jako potřebné zázemí pro vykonávání jeho činnosti. Tento pojem lze interpretovat z několika hledisek:

Nejobecněji je tento pojem chápán jako subjekt, ve kterém dochází ke změně vstupů na výstupy.

Podrobněji lze podnik interpretovat jako ekonomickou a právně samostatnou jednotku, která existuje za účelem podnikání. Ekonomická samostatnost představuje odpovědnost vlastníků za výsledky v podnikání a právní samostatnost představuje způsobilost k právům a povinnostem, způsobilost k právním úkonům a jednání svým jménem v právních vztazích. (Veber a Srpová, 2005, s. 16)

Z právního hlediska byl pojem „podnik“ nahrazen Novým občanským zákoníkem za pojem „obchodní závod“. Nový občanský zákoník říká že, *Obchodní závod (dále jen „závod“) je organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu.* (Česko, 2012a, s. 1082)

Živnost

Základní právní předpisem upravující v České republice živnosti a podmínky podnikání fyzických a právnických osob, je zákon o živnostenském podnikání, které definuje živnost jako: *„Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“* (Srpová, Řehoř a kolektiv, 2010, s. 68)

Živnosti jsou rozděleny podle živnostenského zákona na:

- živnosti ohlašovací,
 - živnosti řemeslné
 - živnosti vázané,
 - živnost volná,
- živnosti koncesované (Česko, 1991, s. 2125)

1.3 Právní formy podnikání v ČR

Ještě před započítím podnikatelské činnosti je zapotřebí, aby si podnikatel zvolil vhodnou formu podnikání. Toto rozhodnutí však není trvale, protože jej lze v průběhu podnikání změnit. Základními právní formami jsou právnická a fyzická osoba. Tyto formy se odlišují různou mírou ručení za závazky a výší vloženého kapitálu.

Pro výběr vhodné právní formy podnikání je nezbytné zvážit tyto faktory:

- počet zakladatelů,
- míru ručení za závazky,
- finanční možnosti,
- požadavky na základní kapitál,
- rozsah podnikání
- právní rámec podnikání
- administrativní a daňové zatížení. (Kolářová, 2013, s. 12)

1.3.1 Podnikání fyzických osob

Podnikatel vykonávající podnikatelskou činnost jako fyzická osoba na základě živnostenského listu, koncesní listiny nebo jiného oprávnění podle zvláštního předpisu je označován jako „*osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)*“. Tento termín je používán v českých zákonech o dani z příjmů, v zákonech o sociálním zabezpečení a zdravotním pojištění pro fyzickou osobu, která má příjmy z podnikání nebo jiné samostatné výdělečné činnosti. Příkladem OSVČ může být živnostník, samostatný zemědělec, soudní znalec, samostatně výdělečný umělec apod. (Srpková, Řehoř a kolektiv, 2010, s. 67)

Živnost ohlašovací

Živnost ohlašovací vzniká na základě podání písemného ohlášení na předepsaném tiskopisu u věcně a místně příslušného živnostenského úřadu. Živnostenské oprávnění tedy vzniká dnem ohlášení nebo pozdějším dnem uvedeným v daném ohlášení. Pro udělení živnostenského oprávnění musí podnikatel splňovat všeobecné, případně i zvláštní podmínky. Všeobecné podmínky pro provozování živnosti jsou plnoletost, způsobilost k právním úkonům a bezúhonnost. Zvláštní podmínky představuje odborná a jiná způsobilost, vyžaduje-li to živnostenský zákon nebo zvláštní právní předpisy. (Česko, 1991; Synek a kolektiv, 2015, s. 80)

Ohlašovací živnosti se dělí do tří skupin, a to dle podmínek, které musí podnikatel splňovat:

- živnosti řemeslné - odborná způsobilost je podmíněna vyučením v oboru a praxí,
- živnosti vázané - odborná způsobilost je stanovena pro každou živnost samostatně, provozování těchto živností vyžaduje získání průkazu způsobilosti,
- živnosti volné - odborná způsobilost není stanovena. (Synek a kolektiv, 2015, s. 80)

Živnosti koncesované

Koncesované živnosti jsou vykonávané pouze na základě povolení tzv. koncese, kterou podnikateli uděluje místně a věcně příslušný živnostenský úřad. Pro udělení koncese musí podnikatel mít požadované vzdělání, absolvovat speciální kurzy apod. Oprávnění provozovat živnost vzniká u koncesovaných živností dnem doručení koncesní listiny. Příkladem koncesované živnosti je například vývoj, výroba, opravy zbraní, provozování střelnic, taxislužba, pohřební služba aj. (Synek a kolektiv, 2015, s. 80; Česko, 1991a, s. 2125 - 2128)

1.3.2 Podnikání právnických osob

Podnikání právnických osob je v České republice upraveno zákonem o obchodních korporacích. Obchodními korporacemi jsou obchodní společnosti. Obchodní společnosti jsou právnickými osobami, tj. organizovanými útvary, o kterých zákon stanoví, že mají právní osobnost, nebo jejichž právní osobnost zákon uzná. Právnická osoba má svou právní osobnost od svého vzniku do svého zániku. Vznikem se rozumí den zápisu do obchodního rejstříku, kde musí být zapsány všechny obchodní společnosti. (Česko, 2012b)

Obchodními korporacemi jsou:

- osobní společnosti,
 - veřejná obchodní společnost,
 - komanditní společnost,
- kapitálové společnosti,
 - společnost s ručením omezeným
 - akciová společnost,
- ostatní,
 - evropská společnost,
 - evropské hospodářské zájmové sdružení,
- družstva,

- družstvo (bytové, sociální),
- evropská družstevní společnost. (Česko, 2012b, s. 1370)

Veřejná obchodní společnost

Pro založení veřejné obchodní společnosti je zapotřebí alespoň dvou osob, které se účastní na jejím podnikání nebo správě jejího majetku a ručí za její dluhy společně a nerozdílně. Společnost nevytváří základní kapitál a zakládá se pomocí společenské smlouvy v písemné podobě s úředně ověřenými podpisy všech společníků. Vzájemné právní poměry společníků se řídí společenskou smlouvou. Dosažený zisk nebo ztráta se dělí rovným dílem mezi všechny společníky. Statutárním orgánem společnosti jsou všichni společníci, kteří splňují požadavky stanovené zákonem. Důvodem pro zrušení společnosti může být například výpověď společníka, smrtí společníka, dnem právní moci rozhodnutí soudu, kterým zrušuje společnost a jiné důvody uvedené v zákoně o obchodních korporacích. (Česko, 2012b, s. 1385 - 1388)

Komanditní společnost

Zákon o obchodních korporacích definuje komanditní společnost jako: „*společnost, v níž alespoň jeden společník ručí za její dluhy omezeně (dále jen „komanditista“)* a alespoň jeden společník neomezeně (dále jen „komplementář“)*“*. Každý komandista je povinen složit do základního kapitálu vklad ve výši určené společenskou smlouvou. Všichni komplementáři, kteří splňují podmínky stanovené zákonem, tvoří statutární orgán společnosti. Dosažený zisk nebo ztráta se dělí mezi komplementáře a společnost. V případě dosažení zisku se část připadající společnosti zdaní a poté se rozdělí mezi komandisty v poměru jejich podílů. V případě ztráty komandisté nenesou odpovědnost. Zrušení společnosti je možné z důvodů uvedených v zákoně o obchodních korporacích nebo ve společenské smlouvě, stejně jako u veřejné obchodní společnosti. (Česko, 2012b, s. 1388 - 1407)

Společnost s ručeními omezeným

Jedná se o kapitálovou společnost, která je založena alespoň jednou osobou, ať už fyzickou nebo právnickou. Společníci za dluhy ručí společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku v době, kdy byli věřitelem vyzváni k plnění. Společnost se zakládá pomocí společenské smlouvy (či zakladatelskou listinou) a stanovami. Základní kapitál je tvořen vklady společníků. Minimální výše toho vkladu je 1 Kč, pokud společenská smlouva neurčila jinou výši. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, která se koná nejméně jednou do roka. V případě, že je spo-

lečnost tvořena pouze jedním společníkem se valná hromada nekoná a její působnost nahrazuje společník písemným a podepsaným rozhodnutím formou notářského zápisu. Statutárním orgánem je jeden nebo více jednatelů, kteří mohou tvořit kolektivní orgán. Kontrolním orgánem společnosti je dozorčí rada, která se zřizuje v případě, že tak určí společenská smlouva nebo jiný právní předpis. Zrušení společnosti probíhá na základě dohody společníků ve formě veřejné listiny. Společnost zaniká výmazem z obchodního rejstříku. (Česko, 2012b, s. 1390 - 1407)

Akciová společnost

Je kapitálovou společností, jejíž základní kapitál je tvořen akciemi o určité jmenovité hodnotě. Akcie je cenný papír nebo zaknihovaný cenný papír. S vlastnictvím akcií jsou spojena práva akcionáře, jako společníka podílet se podle zákona a stanov společnosti na jejím řízení, jejím zisku a na likvidačním zůstatku při jejím zrušení s likvidací. Akciová společnost ručí za své závazky celým svým majetkem, avšak akcionář za závazky společnosti neručí. Akciová společnost se zakládá přijetím stanov a ten, kdo je přijal a podílel se na úpisu akcií, je zakladatel. Společnost může mít dualistický nebo monistický systém vnitřní struktury. Při dualistickém systému je zřízeno představenstvo, jako statutární orgán a dozorčí rada. Při monistickém systému je zřízena správní rada a statutární ředitel, jako statutární orgán. (Česko, 2012b, s. 1407 - 1453)

Evropská společnost

Jedná se o společnost se sídlem zapsaným na území České republiky a na jejím založení se podílí také společnost, která nemá svou hlavní správu na území členského státu, jestliže je založena podle práva některého členského státu Evropské unie, má zapsané sídlo v tomtéž členském státě a má trvalý a efektivní vztah k ekonomice členského státu. Podle okolností je v čele této společnosti představenstvo nebo správní rada nebo předseda správní rady, jednatel nebo jiný orgán právnické osoby, který má obdobnou působnost, v závislosti na právní formě této osoby. Funkci dozorčí rady v evropské společnosti zastává správní rada nebo jiný orgán s obdobnou kontrolní působností v závislosti na právní formě právnické osoby, o kterou se jedná. (Česko, 2004, s. 11374 - 11390)

Evropské hospodářské zájmové sdružení

Jedná se o zájmové sdružení, které je právnickou osobou, jež je založena na základě smlouvy o sdružení. Obchodní firma evropského sdružení musí obsahovat označení „evropské hospodářské zájmové sdružení“ nebo zkratku „EHZS“. Evropské sdružení a provo-

zovna evropského hospodářského zájmového sdružení se sídlem v jiném členském státu Evropské unie umístěná v České republice se zapisují do obchodního rejstříku. Členové evropského sdružení ručí za dluhy jako společníci veřejné obchodní společnosti za závazky této společnosti. Sdružení má jednatele, který musí splňovat požadavky a předpoklady pro funkci jednatele společnosti s ručením omezeným a stejně tak odpovídá za způsobenou škodu. (Česko, 2008, s. 7471 - 7474)

Družstvo

Družstvo představuje společenství neuzavřeného počtu osob a zakládá se za účelem podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání. Družstvo musí mít alespoň 3 členy a nést označení „družstvo“. Družstvo je založeno pomocí ustanovující schůze, kde jsou přijaty stanovy a zvoleni členové orgánů družstva. Základní kapitál je tvořen základními členskými vklady, případně vklady vstupními. Každý člen má právo v souladu se zákonem a stanovami volen a být volen do orgánů družstva, účastnit se řízení a rozhodování v družstvu, podílet se na výhodách poskytovaných družstvem. Členství v družstvu může být ukončeno dohodou, převodem či přechodem družstevního podílu, vystoupením člena nebo jeho vyloučením, smrtí člena a jinými příčinami uvedenými v zákone o obchodních korporacích. Orgány družstva jsou členská schůze, představenstvo, kontrolní komise a jiné orgány, které jsou zřízeny pomocí stanov. (Česko, 2012b, s. 1453 - 1480)

Evropská družstevní společnost

Evropská družstevní společnost se objevila v právním řádu České republiky na základě přímo použitelného nařízení Rady (ES) č. 1435/2003. V souvislosti s tím byla přijata směrnice Rady č. 2003/72/ES, jejíž implementace je povinností všech členských států Evropské unie. Základním účelem tohoto typu společnosti je především uspokojování potřeb členů družstevní společnosti, zejména uzavírání smluv na dodávky zboží či poskytování služeb. Podmínkou založení Evropské družstevní společnosti je účast alespoň pěti fyzických osob ze dvou členských států a řízení se právy alespoň dvou členských států. Další podmínkou je základní kapitál společnosti ve výši 30 000 eur. Kapitál se skládá z členských vkladů, případně z majetku zjistitelné hodnoty. Základním dokumentem jsou stanovy, které musejí být podepsány zakládajícími členy. V případě, že má společnost sídlo v České republice musí být zapsána do obchodního rejstříku. (Česko, 2012b; Česko, 2013)

2 ANALÝZY SOUVISEJÍCÍ S PODNIKATELSKÝM PLÁNEM

Důležitým krokem před založení společnosti je provedení potřebných analýz. Analýzy rozlišujeme základě interních (vnitřní) a externích (vnějších) podmínek. Pro zajištění konzistence analýzy a snížení rizika opomenutí významného faktoru je doporučeno využít analytických nástrojů, případně vycházet z určitých příkladů či schémat. (Koráb, Peterka, Ražňáková, 2007, s. 47)

2.1 SWOT analýza

SWOT analýza představuje univerzální analytickou techniku se zaměřením na vnitřní a vnější faktory ovlivňující úspěšnost společnosti. Tvůrcem této analýzy Albert Humrey ze Stanfordské univerzity, který ji formuloval v šedesátých letech devatenáctého století. Zkratka SWOT je složena z počátečních písmen anglické verze a těmi jsou:

- strenghts - silné stránky,
- weaknesses - slabé stránky,
- opportunities - příležitosti,
- threats - hrozby. (Máchal, Ondrouchová a Presová, 2015, s. 35)

Metoda SWOT analýzy je poměrně jednoduchá, ale i přes tuto jednoduchost dokáže efektivně identifikovat zejména rizika, která jsou z běžných podkladů a dokumentů nezjistitelná. Její podstato je identifikovat vnitřní faktory ovlivňující společnost, tedy slabé a silné stránky, a zároveň i vnější faktory tedy příležitosti a hroby. Cílem analýzy je stanovit a poté omezit slabé stránky, posílit silné stránky, identifikovat příležitosti a poznat hrozby ohrožující společnost. Při použití SWOT analýzy je důležité analýzu v průběhu všech životních fází podniku aktualizovat. (Máchal, Ondrouchová a Presová, 2015, s. 35; Managementmania, © 2011-2016)

Dvořáček a Sluník (2012, s. 16) odvozují ze SWOT analýzy tyto 4 základní strategie:

- SO - využití silných stránek ve prospěch příležitostí,
- WO - překonání slabých stránek využitím příležitostí,
- ST - využití silných stránek k odstranění ohrožení,
- WT - minimalizace slabých stránek a vyhnutí se ohrožení.

2.2 PESTLE analýza

PESTLE analýza slouží ke strategickému analyzování okolního prostředí společnosti. Zkratka PESTLE je akronym počátečních písmen různých typů vnější faktorů ovlivňující společnost. Smyslem analýzy PESTLE je identifikovat pro jednotlivé skupiny faktorů nejvýznamnější jevy, události, rizika a vlivy, které působí na společnost v současnosti nebo se projeví v budoucnosti. Metoda PESTLE je součástí metod používaných v oblasti analýzy dopadů. V některých případech je tato metoda použita jako vstup analýzy vnějšího prostředí do SWOT analýzy. (Managementmania, © 2011-2016)

- **Politické faktory** - Politické faktory značně ovlivňují rozhodování a tím mění celou podnikatelskou pozici nebo prostředí státu. Vládní politika může mít dopad na mnoho oblastí, které jsou pro podnikání důležité. Zařazujeme sem stabilitu vlády a stabilitu politického prostředí země, aktuální politickou situaci, monetární a fiskální politiku, výdaje vlády, účast státu v obchodních dohodách.
- **Ekonomické faktory** - představují především makroekonomické faktory (HDP, platební bilance státu, potřební daně, měnovou stabilitu, směnný kurs, míru inflace a jiné), dostupnost finančních zdrojů (úrokové sazby), situace na tuzemských i zahraničních trzích.
- **Sociální faktory** - při změnách v sociálním prostředí může dojít ke změně poptávky po produktech společnosti a dostupnosti a ochoty jednotlivců pracovat. Chování jednotlivců je ovlivněno vrozenými vlastnostmi a okolním prostředím. Příkladem sociálních faktorů mohou být demografické změny společnosti, náboženství, vzdělanost obyvatelstva, mobilita pracovní síly, příjmy a kupní síla obyvatelstva atd.
- **Technologické faktory** - mají významný vliv na konkurenceschopnost společnosti. Technologické faktory mohou rychle a velmi výrazně měnit vnější prostředí, ve kterém se podnik nachází. Správný odhad technického rozvoje a trendů může společnosti přinést značnou konkurenční výhodu. Mezi technologické faktory zařazujeme např. investice na vědu a výzkum, rychlost morálního zastarávání, množství a dostupnost informací, nové pracovní postupy, metody a techniky atd.
- **Legislativní faktory** - představují právní prostředí, ve kterém se podnik vyskytuje. Podnikání i podnikatelské prostředí je ovlivněno řadou zákonů, právními normami a vyhláškami. Je to např. státní regulace hospodářství, daňové zákony, občanský

zákoník, zákony o ochraně životního prostředí, antimonopolní zákony, ochrana osobního vlastnictví atd.

- **Ekologické faktory** - v současnosti je kladen velký důraz na životní prostředí. Státy se sdružují do organizací, které stanovují normy, limity a opatření pro ochranu životního prostředí. Proto je důležité před založením společnosti, analyzovat jaké jsou ekologické podmínky v daném státu, tak aby je společnost neporušovala. Hlavními ekologickými faktory současnosti jsou ochrana životního prostředí, změna klimatických podmínek, udržitelný rozvoj, recyklace, obnovitelné zdroje energie, dostupnost vodních zdrojů a jejich využití. (Mallya, 2006, s. 41- 48)

2.3 Porterův model pěti sil

Porterův model pěti sil souloží k analýze konkurence společnosti jak existující tak i potenciální. Pomocí pěti oblastí hrozeb jsou analyzovány hrozby ze strany konkurence, bariéry vstupu na trh, hrozby ze strany zákazníků nebo dodavatelů a hrozby substitutů.

- **Hrozba intenzivní rivalryity v segmentu.** Konkurenční prostředí na trhu ovlivňuje velké množství faktorů, např. bariéry pro vstup a odchod z trhu, vysoké fixní náklady, situace na trhu atd. Počet konkurentů ovlivňuje rozhodnutí společnosti pro vstup na daný trh. Tvrdá konkurence na trhu vede k cenovým válkám, inovaci a uvádění nových výrobků na trh, reklamním bitvám a to vede ke zvyšování nákladů na podnikání. (Kotler, Keller, 2013, s. 270)
- **Hrozba vstupu nových konkurentů.** Segmenty s vysokými bariérami vstupu a nízkými bariérami výstupu jsou pro společnosti nejvíce atraktivní. Do segmentu může vstoupit pouze omezené množství nových společností a společnosti, které zůstávají za konkurencí, mohou snadno odejít. Segment, který má vysoké bariéry vstupu i výstupu poskytuje společnosti vysoký ziskový potenciál, ale firma musí čelit většímu riziku z důvodu setrvání neúspěšných konkurentů v odvětví. Jsou-li bariéry vstupu i odchodu nízké, firmy volně vstupují i vystupují z odvětví a zisky jsou stabilní, ale nízké. Negativním scénářem jsou nízké bariéry vstupu a vysoké bariéry výstupu. V tomto scénáři firmy volně vstupují do odvětví, ale v případě neúspěchu nemohou odejít. Výsledkem je nadkapacita a snížené zisky ostatních společností. (Kotler, Keller, 2013, s. 270)
- **Hrozba substitučních výrobků.** Velké množství skutečných nebo potenciálních substitutů snižují atraktivitu segmentu pro společnost. Substituty snižují ceny vý-

robníků a tím snižují i výsledný zisk společnosti. Pokud v substitučních odvětví pokročí technologie nebo se zvýší konkurence, ceny i zisky se zpravidla sníží. (Kotler, Keller, 2013, s. 270)

- **Hrozba nárůstu vyjednávací síly kupujících.** Vyjednávací síla kupujících roste v závislosti na počtu kupujících, množství nakupovaných výrobků, diferencovanosti výrobků, citlivosti na cenu výrobku a velikosti nákladů na změnu dodavatele. Nejlepší obrannou strategií je vytvářet takové nabídky, kterým zákazníci neodolají. Možnou alternativní strategií je zaměření se na kupující s nízkou vyjednávací silou nebo nízkou schopností změnit dodavatele. (Kotler, Keller, 2013, s. 270)
- **Hrozba vyjednávací síly dodavatelů.** V případě, kdy dodavatelé mají schopnost libovolně ovlivňovat cenu nebo omezovat dodané množství a odběratelé nemají jinou možnost než toto rozhodnutí přijmout, stává se daný trh pro společnost atraktivní. Síla dodavatelů je determinována jejich organizováním nebo koncentrováním. Sílu dodavatelů také ovlivňuje množství konkurenčních dodavatelů a množství možných substitutů. Obranou proti této hrozbě je vytvoření oboustranně prospěšných vztahů s dodavatelem případně využívání více dodavatelů. (Kotler, Keller, 2013, s. 270)

3 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Autoři Hisriche a Peterse definují podnikatelský plán jako:

„Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější a vnitřní faktory související se založením i chodem podniku.“ (Hisriche, Peterse, 1996, s. 108)

Správně sestavený podnikatelský plán využívá příležitostí a silných stránek podnikatele k eliminaci negativních faktorů, které by v budoucnu mohly ohrozit úspěšnost podniku. Podnikatelský plán musí mít schopnost přesvědčit o kvalitách samotného podnikatelského záměru a zároveň i o dovednosti daného podnikatele tento podnikatelský záměr úspěšně realizovat. (Červený, Ficbauer a kolektiv, 2014, s. 1-2)

Fotr a Souček (2011, s. 382) uvádí požadavky, které musí podnikatelský plán obsahovat:

- stručnost a přehlednost,
- jednoduchost,
- předvést výhody produktu nebo služby pro uživatele, resp. zákazníka,
- orientace na budoucnost,
- maximálně věrohodný a realistický,
- prokázat schopnost podniku plnit své závazky,
- prokázat rentabilitu vloženého kapitálu,
- kvalitní zpracování a formální správnost,
- vyzdvihnout silné stránky podniku

Důvodem pro tvorbu podnikatelského plánu je možnost utřídit si myšlenky o svém nápadu, dát jim jasnou podobu prostřednictvím formulování do slov a realizovatelnost prostřednictvím analýz trhu, produktů a propočtů návratnosti investic vložených do nápadů. Správně sepsaný podnikatelský plán by měl odpovědět na tři základní otázky. Kde se nacházím, kam se chci dostat a jak toho chci dosáhnout. (Svobodová, Andera, 2018, s. 69)

Důvody sepsání podnikatelského plánu:

- plán je znakem serióznosti podnikatelského záměru,
- plán usnadňuje komunikaci týkající se přípravy a realizace jím zachyceného podnikatelského záměru,
- externí uživatelé vyžadují podnikatelský plán,

- nepostradatelný dokument pro investory a pro externí hodnocení záměru,
- plán je využitelný při získávání dotací, (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007, s. 72)

Struktura podnikatelského plánu není pevně stanovena, avšak podle většiny autorů se shoduje v základních rysech. Podnikatel si může strukturu plánu upravovat a aktualizovat podle svých potřeb nebo podle potřeb investorů. Nejčastěji zpracovávaná struktura podnikatelského plánu se skládá ze shrnutí, charakteristiky produktu a vlastníka, analýzy trhu a zákazníků, analýzy konkurence, analýzy dodavatelů, personální zabezpečení, marketing, finanční plán, analýza rizik, vyhodnocení projektu a příloh. (Svobodová, Andera, 2018, s. 70-72)

3.1 Titulní strana

Veškeré seriózní dokumenty mají titulní část, v se čtenář seznámí se základními údaji. Údaje obsažené v titulní straně:

- název a adresa společnosti, logo, telefonní číslo a fax na kontaktní osoby,
- název dokumentu,
- jméno a příjmení zakládajících osob společnosti,
- obsah dokumentu včetně identifikace příloh plánu,
- specifikace - seznam odborných konzultantů, definice zkratk, stručný popis cílů aj.,
- datum vzniku dokumentu a označení autora nebo autorů. (Koráb, Mihalisko, 2005, s. 28)

V titulní straně podnikatelského plánu je doporučeno uvést prohlášení typu: *„Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoli způsobem rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autorů.“* (Srpová, Řehoř a kolektiv, 2011, s. 14)

3.2 Exekutivní souhrn

Colwell popisuje exekutivní souhrn jako nejdůležitější část podnikatelského plánu. Je to první část plánu, kterou čtenář přečte, a v mnoha případech to může být také jediná část. Exekutivní souhrn slouží jako shrnutí podnikatelského plánu a jako úvod do obchodní pří-

ležitosti. Je důležité, aby exekutivní souhrn byl správně napsaný a lákavý. V opačném případě potencionální investoři ztratí zájem a šance na přečtení zbytku plánu klesnou na nulu.

Exekutivní souhrn musí odpovědět na několik základních otázek:

- Jaký produkt nebo službu budu podnik vyrábět?
- Jaký je cílový trh společnosti?
- Kdo je zákazníkem?
- Jaká je konkurenční výhoda společnosti?
- Jak velká může být společnost?
- Jaký je obchodní model společnosti? (Colwell, 2019, s. 197-198)

3.3 Analýza trhu

Podmínkou pro úspěšně fungující podnikatelský plán je existence trhu, který projeví zájem o dané produkty. Správně provedená analýza trhu poskytne společnosti důležité informace o velikosti trhu, výnosnosti oboru, profilu zákazníků a o překážkách vstupu na trh. Analýza trhu lze rozlišit na analýzu celkového trhu a cílového trhu. Celkový trh tvoří všechny možnosti využití výrobků a cílový trh je ten, na který se společnost hodlá zaměřit. V rámci podnikatelského plánu se primárně zaměřujeme na cílový trh a popsání jeho charakteristických znaků. Čím lépe jsou tyto znaky popsány, tím lépe může společnost výrobky a služby upravit podle potřeb a požadavků zákazníků. (Srpková, Řehoř a kolektiv, 2011, s. 18)

Analýza zákazníků

Podmínkou pro správně provedenou analýzu zákazníku je dostatečně velký trh s potencionálem k růstu. Úkolem analýzy zákazníku je správné vymezení tržního segmentu a definování okruhu cílových zákazníků, kterým bude společnost nabízet vyrobené produkty. Pro úspěšné definování cílové skupiny zákazníku, je potřeba znát jejich potřeby a preference. Provedená analýza by poté měla obsahovat:

- Které produkty budou poskytovány daným zákazníkům.
- Místa poskytování produktů, s posouzením geografického hlediska.
- Jaký okruh zákazníků může být v dané oblasti získán a na jaké zákazníky se blíže zaměřit.
- Jakým způsobem přimět zákazníka ke koupi produktu.
- Nákupní zvyklosti ovlivňující zákazníkovo rozhodnutí o koupi.

Při odhadu počtu zákazníků se vychází z různých seznamů, nejčastěji to jsou telefonní, průmyslových svazů, statistických úřadů, obchodních komor, veletržní katalogy aj. Na základě odhadnutého počtu potenciálních zákazníků v daných segmentech se odhadne roční růst neboli průměrný počet nákupů na jednoho zákazníka. (Srpová, Řehoř a kolektiv, 2011, s. 62)

Analýza konkurence

Cílem analýzy konkurence je zjištění konkurenčních poměrů a vlivů na možnosti odbytu vlastního výrobku nebo poskytované služby. Do této analýzy je nutné zahrnout silné a slabé stránky konkurenčních společností, jejich postupy a stanovit rozdíly oproti našemu podniku. Jednou z možných metod jak tyto rozdíly zjistit je tzv. benchmarking. Výsledkem benchmarkingu je poznání pozice konkurence, ale také poznání jak si naše společnost vede a jaké jsou její přednosti oproti konkurenci. Prvním krokem analýzy konkurence je zjištění celkové konkurence, která souvisí s podnikáním. V následujícím kroku vybereme ze všech konkurentů pouze ty, kteří stojí se společností v přímém konkurenčním vztahu. Pro lepší poznání konkurenčních společností je také vhodné sledovat jejich odbytové cesty, objemy prodeje, image produktů, kvalitu služeb nebo dodací lhůty. (Srpová, Řehoř a kolektiv, 2011, s. 62)

3.4 Popis společnosti

Abrams ve své knize uvádí, že popis společnosti by měl být pouze stručný a výstižný, měl by obsahovat pouze podstatné informace o podniku, tak aby potenciálnímu investorovi bylo ihned jasné, o jaký podnik se jedná. (Abrams, 2019, s. 68)

Veber a Srpová dodávají obsah popisu již existující společnosti. V tomto případě se k předešlým informacím o podniku přidávají i významné změny v organizaci, změny právní formy, výměna vedení, reorganizace výroby, získané patenty, certifikáty, stručné zhodnocení minulých let apod. Pro věrohodný obraz o historii společnosti je nutné, aby tato část obsahovala fakta minimálně z předešlých tří let. (Veber, Srpová a kolektiv, 2012, s. 101)

3.4.1 Cíle podniku

Abrams (2019, s. 70) popisují cíle podniku následovně:

„Mnoho úspěšných velkých společností, pokud ne většina, popisuje hlavní cíl svého interního plánovacího procesu jako formulaci a objasnění své „filozofie“ nebo „mise“. Nejlepší

a neúčinnější prohlášení o cíli společnosti nejsou pouhá prázdná slova, ale principy a cíle, které řídí všechny ostatní aspekty a činnosti společnosti."

Podnikatelský plán musí být schopen shrnout základní cíle a filozofii společnosti v několika větách. Jeden z cílů musí zakládat povahu podnikání, obchodní zásady, finanční cíle, firemní kulturu a to, jak společnost očekává, že bude na trhu viděna. Cíle udávají zaměření společnosti a jsou definujícím pojmem podnikání společnosti po dobu nejbližších několika let. (Abrams, 2019, s. 70)

3.4.2 Lokalita a umístění provozovny

Lokalita a umístění provozovny je významným faktorem ovlivňující úspěšnost podnikatelského plánu, především pro maloobchodní prodejny nebo poskytování služeb. Při výběru správné lokality musí podnikatel zohlednit dostupnost z hlediska zákazníků, dodavatelů a distributorů, dopravní dostupnost a velikost okolní konkurence. (Hisrich, Peters, 2008, s. 114 - 116)

3.4.3 Organizační struktura podniku

Správně fungující společnost často závisí na schopnostech a znalostech klíčových osobností a s tím je spojené tvrzení: *„Dobré vedení s průměrným výrobkem je lepší než průměrné vedení s prvotřídním výrobkem“*. (Veber a kolektiv, 2000, s. 473)

Vedoucí pracovník musí být schopen vytyčit optimální systém řízení společnosti, stanovený na základě účelu, který má společnost splňovat. Od optimálního systému řízení je dále stanovena organizační architektura společnosti. Organizační struktury rozlišujeme na základě rozhodovací pravomoci mezi řídicími jednotkami na tyto typy:

- Liniové (lineární) - jedná se o základní organizační uspořádání. Pozice a vztahy nadřízenosti a podřízenosti jsou uspořádány a orientovány vertikálně. Vedoucí pracovník odpovídá za přidělené podřízené a podřízený vykonává práci zadanou svým vedoucím. Tato struktura je typická pro malé podniky do 50 zaměstnanců.
- Štábní - štábní útvary plní poradní funkci k zabezpečení kvalifikovaného rozhodování liniových vedoucích a jejich útvarových jednotek. Štábní útvary nedisponují rozhodovacími ani řídicími pravomocemi, slouží pouze jako pomocníci
- Kombinované - liniově štábní organizační struktura může být liniová nebo víceliniová. Nejčastěji vzniká delegováním rozhodování od útvaru s liniovou pravomo-

cí, na strukturní jednotky se štábní funkcí. Ze štábních útvarů poté vznikají organizační jednotky s částečně linií a částečně štábní pravomocí

- Maticové - jedná se o spojení prvků divizionální a funkcionální struktury. Maticové uspořádání vytváří dvě skupiny útvarů. První skupinou je skupina funkčních útvarů tzv. specialistů a druhou skupinu tvoří cílově orientované útvary.
- Funkční - nezákladnější forma organizace, kde jsou skupiny, do kterých jsou zařazeni zaměstnanci s podobnými úkoly, aktivitami a schopnostmi. Tato struktura organizace je nejčastěji používána ve středních podnicích s vysokou úrovní specializace výroby.
- Výrobní - velké množství společností tvoří úseky na základě výrobních specializací. Každý jednotlivý výrobek má vlastní útvar, který zajišťuje pro konkrétní výrobek všechny řídicí činnosti a řídí ho jeden manažer. (Cejthamr, Dědina, 2010, s. 203 - 218)

3.5 Finanční plán

Finanční plán transformuje podnikatelský plán do peněžních toků. Finanční plán slouží k ověření reálnosti a životaschopnosti podnikatelského plánu, a také může posloužit k přesvědčování investora o jeho výhodnosti. Finanční plány jsou sestavovány na období delší než jeden rok. Obvykle jsou sestavovány na tři až pět let. Z tohoto důvodu je vhodné modelovat finanční plán v některém tabulkovém procesoru, např. v excelu, který umožňuje rychle propočítat změny ve výchozích předpokladech. Další variantou je sestavení plánu s využitím znalostí externího poradce nebo použití speciálního softwaru. Při využití této varianty musí být podnikatel zapojen, protože pouze on dokáže modelovat varianty budoucího vývoje. (Koráb, Peterka, Řezňáková, 2007 s. 127)

Vstupní data potřebné pro provedení finančního plánu budou vycházet ze strategických cílů společnosti. Konkrétně se jedná o Product (plánovaný objem výroby, Price (ceny), Place (objem prodeje na různých trzích), Promotion (náklady na reklamu a distribuci produktů), Process a Planing (náklady na provoz společnosti), People (náklady na zaměstnance). (Červený, 2014, s. 152)

3.5.1 Zdroje financování

Při zakládání společnosti jsou primárním zdrojem financování vlastní zdroje podnikatele. Podnikatel investováním vlastních zdrojů dokazuje svůj názor o reálnosti podnikatelského

plánu a díky tomu i přesvědčit potencionální investory. Zdroje financování společnosti se člení na vlastní zdroje a cizí zdroje. Mezi vlastní zdroje patří vklad podnikatele, dary, dotace, vklady profesionálních investorů, emise akcií. Mezi vlastní zdroje se zařazují i interně vytvořené zdroje financování jako je nerozdělený zisk z minulých let, zisk běžného období, fondy tvořené ze zisku, odpisy a rezervy. Cizí zdroje financování podniku představují bankovní úvěry, obchodní úvěry, dluhopisy, finanční a provozní leasing, faktoring a forfaiting.

3.6 Marketingový plán

Marketingový plán představuje strategický plán společnosti, ve kterém je nastíněno jakým způsobem a metodami se podnik hodlá prosadit v konkurenčním prostředí. Marketingový plán zohledňuje životní fáze podniku. Například marketingový plán společnosti, která vstupuje na trh, bude jiný než marketingový plán vytvořený pro již fungující společnost. Toto je způsobeno použitím odlišných marketingových nástrojů, které jsou definované v rámci návrhu marketingového mixu. (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007, s. 82)

3.6.1 Marketingový mix

Marketingovým mixem se obecně myslí soubor „4P“, tedy jeho hlavní složky výrobek, cena, podpora prodeje a distribuce. K marketingovému mixu existuje více přístupů, někteří autoři uvádí modely „5P“ i „7P“. Dodatečné „P“ představují personál, vzhled, a procesy. Všechny složky marketingového mix jsou vzájemně propojené a pro jejich optimální kombinaci je třeba vycházet z požadavků trhu a zvolené strategie podniku. (Smith, 2000, s. 5)

Produkt - každý výrobek nebo služba, kterou může firma nabídnout zákazníkovi k uspokojení jeho potřeb. Pro dobré prodeje je potřeba mít kvalitní produkt, tedy produkt maximálně přizpůsobený požadavkům zákazníka (Kita, 2017, s. 37)

Cena - Solomon (2006, s. 19) definuje cenu jako „stanovení hodnoty nebo částka, kterou musí spotřebitel smět, aby získal nabízený produkt nebo službu. Cena je často využívána jako způsob, jak zvýšit zájem potřebitelů o daný produkt“

Propagace - představuje veškeré aktivity, které mají zvýšit informovanost o produktech a poté podpořit k jejich nákupu. je to koordinace komunikačních snah ovlivnit chování a postoje zákazníků k produktu, službě nebo organizaci. Propagace může mít formu osobního prodeje, televizní reklamy, reklamy v tisku, reklamy na internetu, billboardů, atd. (Solomon, Marshall, Stuart, 2006, s. 20)

Místo - veškeré aktivity vedoucí k převzetí fyzického a duševního práva na produkt z výrobce/prodejce na spotřebitele. Distribuci rozlišujeme na přímou distribuční cestu a na nepřímou distribuční cestu. Přímá distribuční cesta představuje prodej produktu přímo od výrobce zákazníkovi a nepřímá distribuční cesta využívá služeb prostředníků. Mezi distribuční články řadíme velkoobchod, maloobchod, makléře, zprostředkovatele, zástupce výrobce, obchodníky, dealery, prodejce. (Kita, 2017, s. 280 - 282)

Kotler a Keller ve své knize Marketing management tvrdí, že klasické „4P“ již nedokážou obsáhnout komplexnost a bohatost marketingu. Proto aktualizovali klasický model marketingového mix a stanovili nové složky, které lépe zachytí dnešní podobu marketingu. První složkou jsou **lidé**, které reprezentují interní marketing a skutečnost, že zaměstnanci jsou pro úspěch marketingu nepostradatelní. Následují **procesy** představující kreativitu, disciplínu a strukturu vstupující do marketing managementu. Třetí složkou jsou **programy**, které slučují veškeré aktivity firmy namířené směrem k zákazníkům. Poslední je **výkon**, zde jsou zařazeny veškeré ukazatele mající finanční i nefinanční dopad. (Kotler, Keller, 2016, s. 55 - 56)

3.6.2 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum představuje veškeré činnosti sloužící ke sběru a získávání informací. Americká marketingová asociace definuje marketingový výzkum jako: „*funkci, která spojuje spotřebitele, zákazníka a veřejnost s marketingovým pracovníkem pomocí informací užívaných ke zjišťování a definování marketingových záležitostí a problému k tvorbě, zdokonalování a hodnocení marketingových akcí, monitorování marketingového úsilí a ke zlepšení pochopení marketingu jako procesu*“. Marketingová analýza pomáhá porozumět potřebám zákazníků, tržnímu chování, měřit efektivnost výroby a propagačních aktivit. (Kotler, Armsrong, 2004, s. 227; Malý, 2008, s. 6)

Proces marketingového výzkumu se skládá ze čtyř kroků: formulování problému a cílů výzkumu, příprava plánu výzkumu a návrh metodiky, provedení výzkumu (shromáždění a analýza dat), vypracování zprávy a prezentace výsledků. (Kotler, Armsrong, 2004, s. 228)

3.6.3 Marketingová komunikace

Marketingová komunikace se zabývá metodami a způsoby jak správně komunikovat se zákazníkem, ať už stávajícím nebo budoucím. V dnešní době existuje velké množství způ-

sobu jak komunikovat se zákazníkem. Tyto způsoby jsou rozděleny do dvou hlavních kategorií:

- Neosobní komunikace - reklama, akce na podporu prodeje, marketing v internetových vyhledávačích a public relations
- Osobní komunikace - prodejní schůzky, osobní e-maily a online diskusní fóra moderovaná firmou

Společnost se dále musí rozhodnout, které komunikační nástroje využije. Nejčastěji je toto rozhodnutí provedeno na základě pouhého zvyku nebo kopírování konkurence. (McDonald, Wilson, 2012, s. 273- 276)

3.7 Plán výroby, nákupu a distribuce

Tento plán zahrnuje problematiku od nákupu potřebného materiálu a surovin, přes výrobní proces až k dopravě produktu zákazníkovi, firmě nebo distributorovi. Je nutné určit, co bude firma nakupovat a rozhodnout, kdo bude dodavatelem firmy. Firmy musí také věnovat pozornost řízení zásob a dodávek. Součástí tohoto doprovodného plánu je také vlastní doprava výrobků zákazníkovi. Při dopravě zákazníkovi je důležité věnovat pozornost velikosti a způsobu balení, způsobu dopravy nebo prezentace produktu konečnému zákazníkovi. Společnost také může využít služeb externích dodavatelů a některou z činností outsourcovat, avšak pro firmu je lepší zachovat klíčové procesy ve vlastní firmě, protože tak nad nimi má lepší kontrolu, než kdyby je nakoupila od externích dodavatelů. Pro správné řízení plánu výroby, nákupu a distribuce je potřeba, aby společnost určila zodpovědného pracovníka, který bude zodpovídat a dodržování a plnění stanovených cílů. (Červený, 2014, s. 156 - 158)

3.8 Hodnocení rizik

Z hlediska problematiky řízení podnikatelských rizik lze riziko definovat jako možnost, že se určitou pravděpodobností dojde k události, jež se liší od předpokládaného stavu či vývoje. Analýza rizik poskytuje dvojitý pohled na podnikatelský plán, kdy umožňuje stanovit pravděpodobnost dosažení očekávaných efektů a zároveň ji lze použít i pro přípravu opatření, které lze použít v případě rizikové situace. Všechny rizikové situace mají své příčiny a pomocí kvalitně provedené analýzy rizik může společnost těmito situacím předcházet, a tak snížit význam konkrétních rizik. (Smejkal, Rais, 2013, s. 90; Srpová, Řehoř a kolektiv, 2011, s. 66)

Řízení rizika lze rozdělit na čtyři kroky:

1. Identifikace rizikových faktorů - hlavní fáze v procesu hodnocení rizik představuje identifikace všech rizik, která mohou vyvolat nežádoucí účinky. Existuje velké množství druhů rizik, které ohrožují společnost, avšak nejsložitější k posouzení a ošetření jsou rizika externí.
2. Kvantifikace rizik - probíhá za pomoci vhodných kvantifikačních metod nebo za pomoci selského rozumu. Jedná se tedy o číselní vyjádření rizika, například odhad pravděpodobnosti negativního faktoru a odvození možných důsledků.
3. Plánování krizových scénářů - vývoj a příprava strategií, plánů, politik, procedur podniku v případě stupňování rizikového faktoru až do bodu ohrožení existence podniku. Do analýzy rizik je vhodné začlenit i tzv. what-if analýzu, která je postavena na principu hledání možných dopadů vybraných situací. Je možné zde zařadit i worst-case analýzu, jejímž cílem je vytvořit strategii předčasného ukončení podniku s minimalizací negativních důsledků a ztrát.
4. Monitoring a řízení - je součástí prováděcí fáze plánu nebo záměru. Jedná se o průběžnou a trvalou kontrolu a sledování rizikových faktorů. Jsou kontrolovány a sledovány jak očekávané vlivy, tak i neočekávané vlivy, především z externího prostředí. Při výskytu negativního vlivu jsou uplatněny připravené krizové scénáře k minimalizaci nebo úplné eliminaci tohoto vlivu. (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007, s. 89 - 92)

3.9 Přílohy

Poslední součást podnikatelského plánu představují přílohy. Přílohy představují doplňující podklady nebo podklady rozšiřující či ověřující údaje předešlých kapitol. Do příloh se také zařazují takové dokumenty, které nelze zařadit do jiné části podnikatelského plánu. Zařazují se zde dokumenty jako:

- výpisy z obchodního rejstříku,
- životopisy klíčových osobností firmy,
- studie a analýzy trhu,
- technologické schéma výroby,
- ověřené dokumenty o licencích či patentech,
- propočty kritických bodů,

- výsledky analýzy citlivosti projektu,
- propagační letáky, brožury či katalogy,
- podstatné grafy nebo tabulky aj.

V některý případech může příloha obsahovat i více než padesát stran. V případě, kdy je potřeba omezit počet stran lze některé podklady uvést v seznamu a ten připojit k příloze s poznámkou, že uvedené podklady jsou k dispozici. (Srpová, Řehoř a kolektiv, 2011, s. 33; Fotr, Souček, 2011 s. 382)

4 SHRNU TÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Úvodní část diplomové práce popisuje teoretické znalosti sloužící jako podklad pro následující analytickou a projektovou část. Teoretická část diplomové práce čerpá potřebné informace z různých dostupných zdrojů, především se jedná o knižní zdroje, zákony České republiky a internetové zdroje.

Úvodní část práce vymezuje základní pojmy z oblasti podnikání jako je podnik, podnikání a podnikatel podle různých literárních zdrojů. Dále jsou zde uvedeny hlavní zákony upravující podnikatelské prostředí v České republice. Následují právní formy a jejich rozdělení na právnické osoby a fyzické osoby. Zde jsou popsány jednotlivé druhy právnických osob a jednotlivé druhy živností.

Ve druhé části diplomové práce jsou uvedeny metody analýz vnitřního a vnější prostředí, které budou využity v analytické části práce. Pro vypracování podnikatelského plánu byly konkrétně vybrány tyto analýzy: SWOT analýza, PESTLE analýza a Porterova analýza pěti sil. V této kapitole jsou popsány postupy s možností aplikace uvedených analýz.

Třetí kapitola práce je věnovaná samotnému podnikatelskému plánu. V této části jsou uvedeny teoretické východiska pro sestavení podnikatelského plánu a potřebné kroky vedoucí k založení a vzniku podniku. Jsou zde uvedeny a vysvětleny jeho jednotlivé části.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

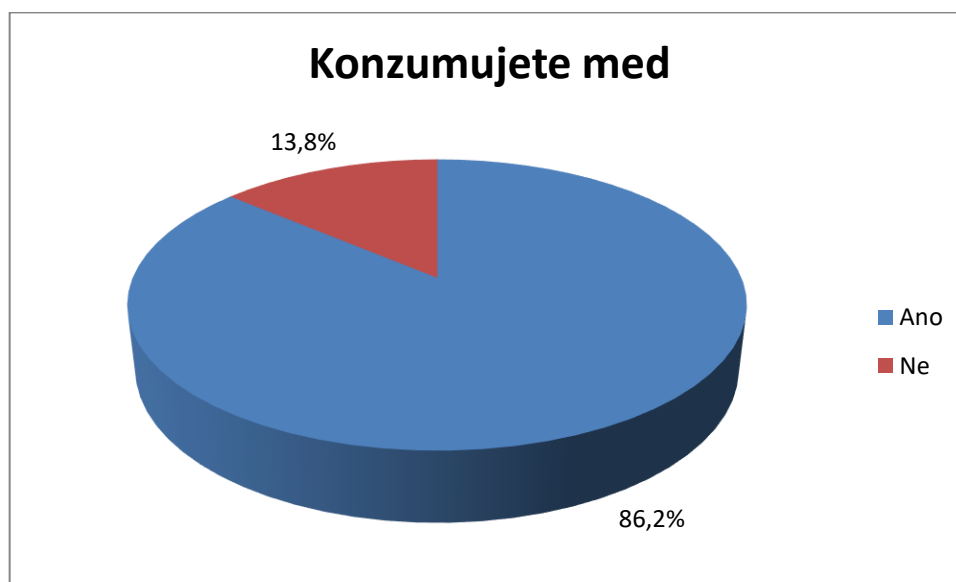
Cílem dotazníkového šetření je zjištění preferencí potencionálních zákazníků poptávajících včelí med. Dotazníky byly rozesílány pomocí sociálních sítí a osobním kontaktem se stávajícími zákazníky. Dotazník je rozdělen do tří částí na úvod, výzkumné otázky a demografické otázky.

Dotazníkové šetření probíhalo od 15. června do 15 července a za tuto dobu dotazník vyplnilo 167 respondentů. Dotazník se skládá z 9 uzavřených otázek. Otázky jsou zaměřeny na získání informací o preferencích potencionálních zákazníků

Konzumujete med?

První otázka v dotazníku slouží k rozčlenění respondentů do dvou skupin. V případě, že respondent odpověděl na otázku negativně, byla mu položena doplňující otázka a poté byl posunut na koncové otázky dotazníku. V případě pozitivní odpovědi byly respondenti posunuti na patřičnou část dotazníku.

Díky tomu, že značnou část odpovědí na dotazník tvoří již stávající zákazníci odebírající včelí med, došlo k tomu, že více 86 % respondentů konzumuje včelí med. 23 respondentů uvedlo v dotazníku, že nekonzumují včelí med.

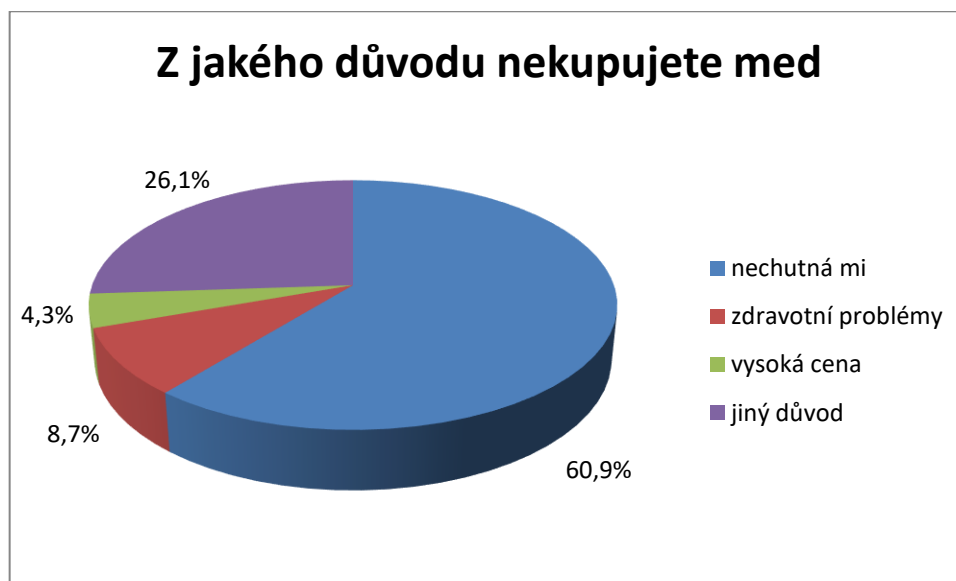


Obrázek 1 Konzumujete med? (Vlastní zpracování)

Z jakého důvodu nekupujete med?

Na tuto otázku odpovídali pouze respondenti, kteří v předcházející otázce odpověděli negativně. Nejčastěji uváděným důvodem proč respondenti nekupují med, je ten, že jim ne-

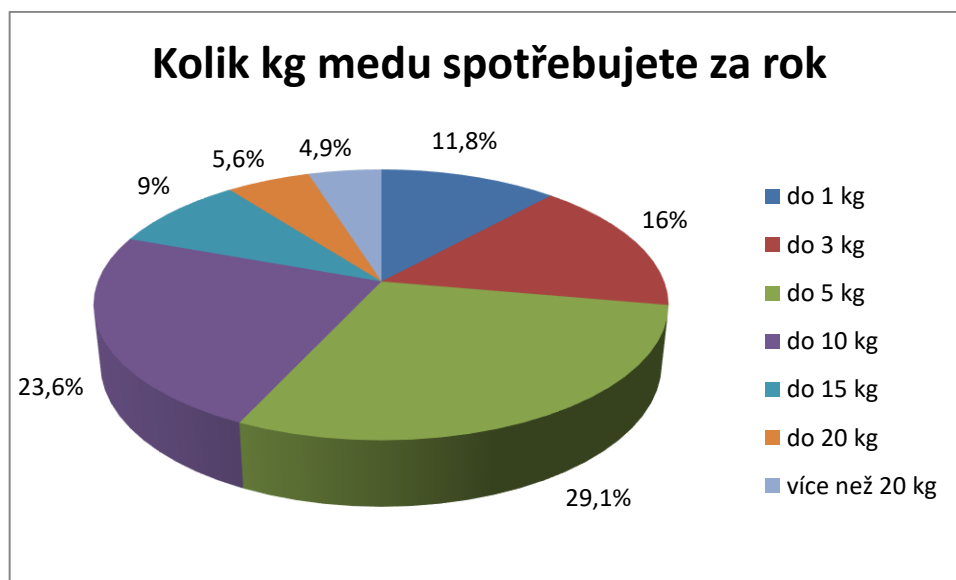
chutná. Pouze jeden respondent nekupuje med z důvodu vysoké ceny. Nejčastějším jiným důvodem byla vlastní výroba medu.



Obrázek 2 Z jakého důvodu nekonsumujete med? (Vlastní zpracování)

Kolik kg medu spotřebujete za rok?

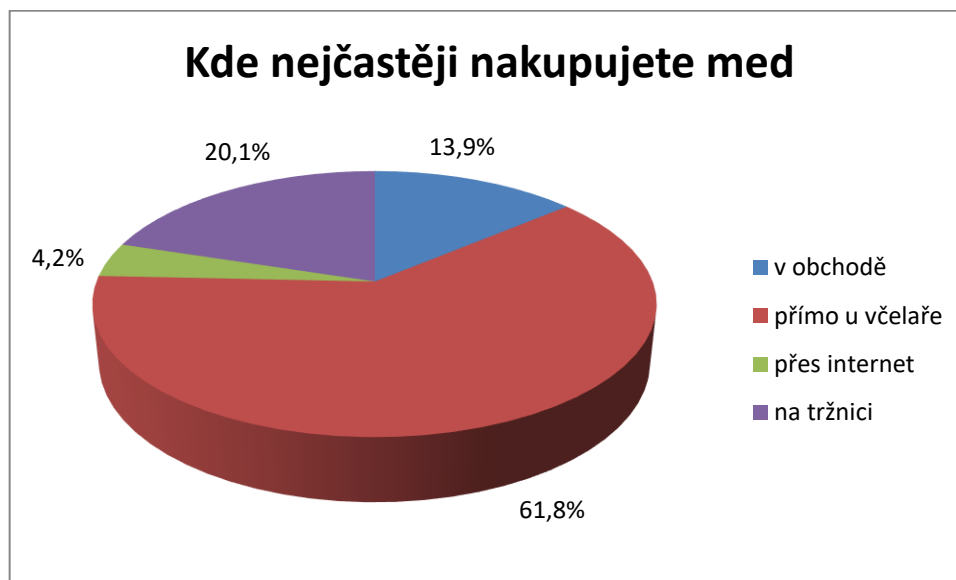
Z dotazníkového šetření vyplývá, že největší část respondentů spotřebuje za rok do 5 kg medu. Na základě toho se může včelí farma rozhodnout nabízet zákazníkům větší pětikilovou sklenici, která usnadní přepravu a uskladnění.



Obrázek 3 Kolik kg medu spotřebujete za rok? (Vlastní zpracování)

Kde nejčastěji nakupujete med?

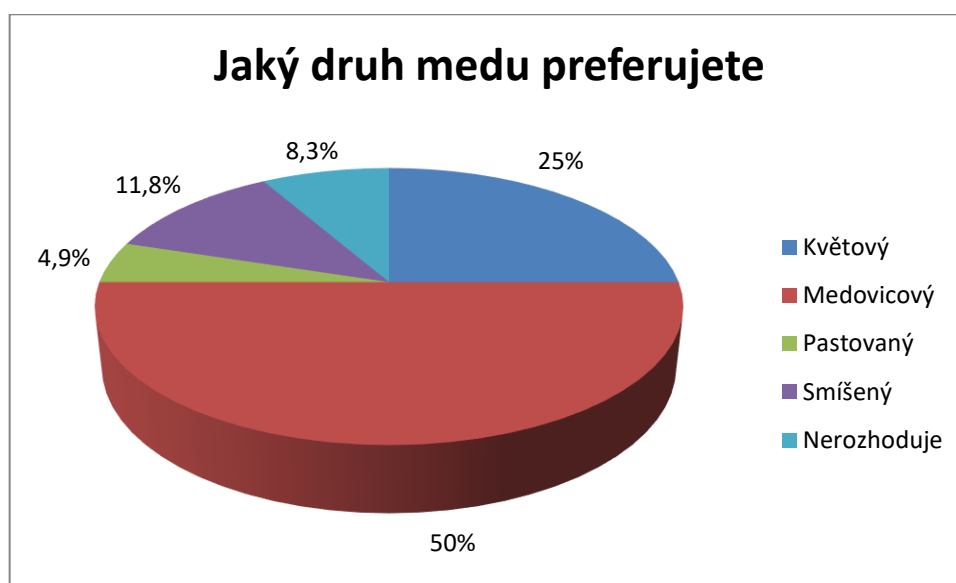
Největší část dotázaných uvedlo, že nakupují med přímo od včelaře, protože důvěřují v jeho poctivost, která je zárukou kvality prodávaného medu. Konkrétně se jedná o 62 % dotázaných. Pouze 14 % dotázaných uvedlo, že nakupují med v obchodech. Toto nízké číslo může být způsobeno nedůvěrou zákazníků v kvalitě prodávaného medu.



Obrázek 4 Kde nejčastěji nakupujete med? (Vlastní zpracování)

Jaký druh medu preferujete?

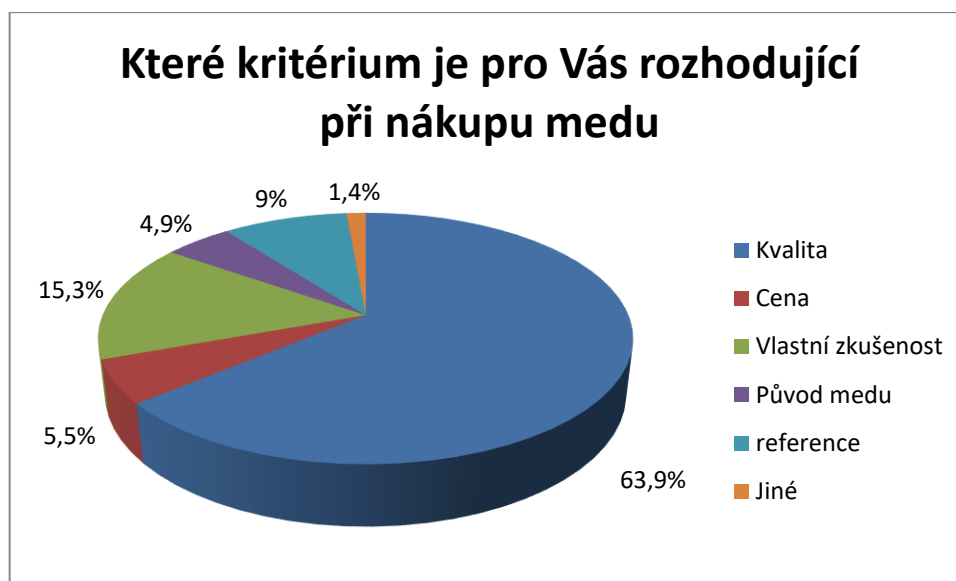
Z dotazníkového šetření vyplývá, že 50 % dotázaných preferuje medovicový tedy lesní med. Následuje med větový s 25 % a med smíšený s necelými 12 %. Pouze necelých 5 % oslovených respondentů preferuje med pastovaný.



Obrázek 5 Jaký druh medu preferujete? (Vlastní zpracování)

Které kritérium je pro Vás rozhodující při nákupu medu?

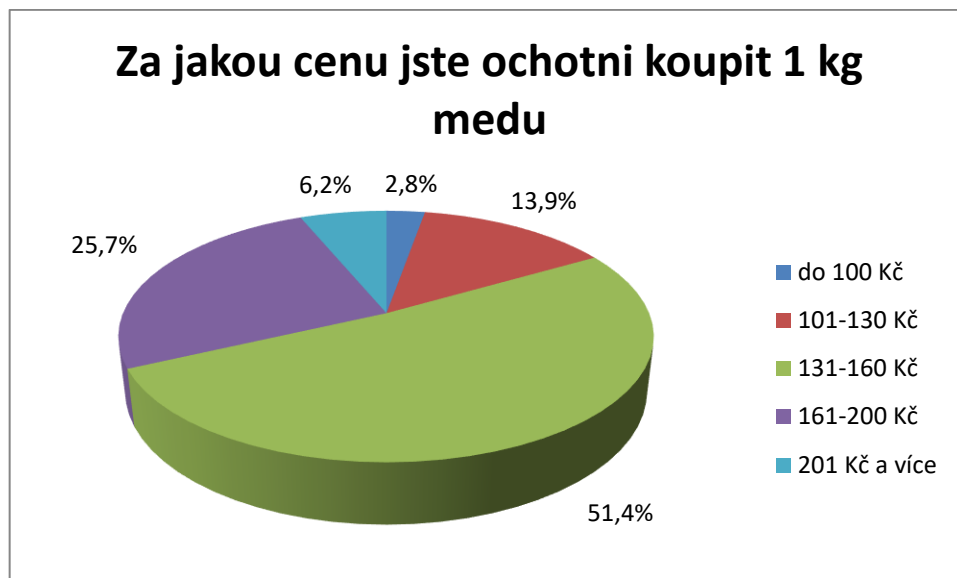
Podle dotazníkového šetření představuje kvalita medu nejdůležitější faktor při nákupu. Pro necelých 64 % dotázaných představuje kvalita medu hlavní kritérium pro rozhodnutí o nákupu. 15% respondentů se rozhoduje na základě předchozích zkušeností s daným medem. Cena medu je rozhodující u 5,5 % respondentů, což značí, že většina zákazníků upřednostňuje kvalitu medu před jeho cenou.



Obrázek 6 Které kritérium je pro Vás rozhodující při výběru medu?
(Vlastní zpracování)

Za jakou cenu jste ochotni koupit 1kg medu?

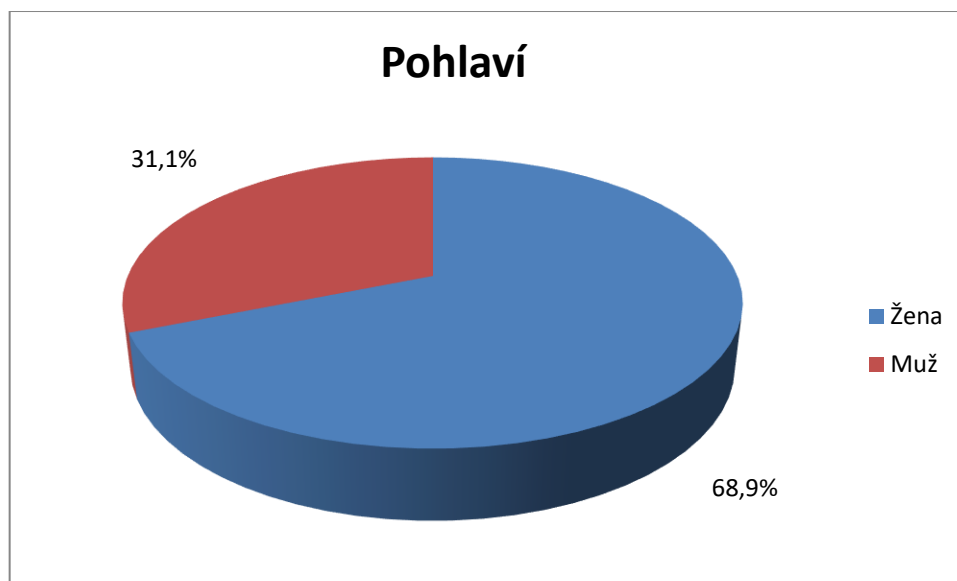
Tato otázka poslouží včelí farmě pro stanovení ceny produktu, kterou budou zákazníci ochotni akceptovat. Největší skupinu tvoří respondenti s odpovědí na cenu mezi 131 Kč až 160 Kč. Cenové rozmezí mezi 161 Kč a 200 Kč za kilogram tvoří druhou největší skupinu. V těchto dvou cenových rozmezích vnímají zákazníci nejlepší poměr mezi cenou a kvalitou.



Obrázek 7 Za jakou cenu jste ochotni koupit 1 kg medu? (Vlastní zpracování)

Pohlaví?

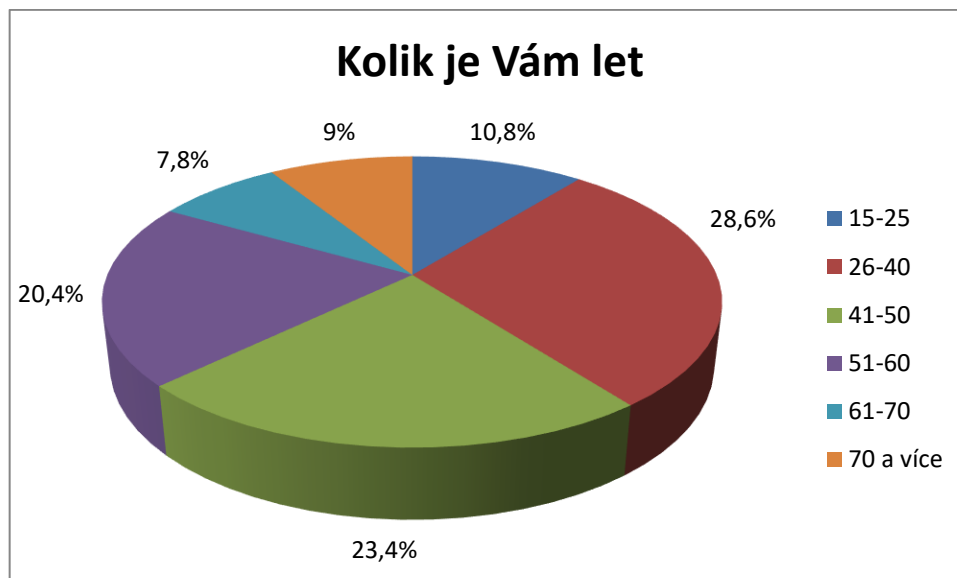
Z celkového počtu 167 dotázaných tvoří téměř 69 % ženy.



Obrázek 8 Pohlaví? (Vlastní zpracování)

Kolik Vám je let?

Následující graf zobrazuje věkové rozdělení respondentů. Největší skupinu tvoří respondenti ve věkovém rozmezí mezi 26 a 40 let. Následuje věkové rozmezí mezi 41 a 50 lety. Třetí větší skupinou jsou respondenti mezi 51 a 60 lety. Tyto tři skupiny tvoří 72 % všech respondentů.



Obrázek 9 Kolik je Vám let? (Vlastní zpracování)

6 PESTLE ANALÝZA

Pro zhodnocení vnějších makroekonomických faktorů ovlivňujících nově zakládanou společnost je využita PESTLE analýza. PESTLE analýza je zde využita záměrně z důvodu zhodnocení ekologických faktorů, které hrají významnou roli pro úspěšné fungování společnosti.

6.1.1 Politická oblast

Na oblast zemědělství a podnikání v tomto oboru má největší vliv vláda spolu s ministerstvem zemědělství. Zároveň se vstupem do Evropské unie se Česká republika zavázala k dodržování směrnic a pravidel společné zemědělské politiky. Evropská unie má za cíl zvýšit množství chovaných včelstev na co nejvyšší možné množství a na co největším území, tak aby bylo zabezpečeno dostatečné opílování zemědělských plodin. K dosažení tohoto cíle se Evropská unie společně s Českou republikou rozhodla včelaře motivovat především dotacemi.

Česká republika společně s Evropskou unií tento rok spustila dotační program s názvem „Český včelařský program 2020-2022“, který navazuje na předešlý dotační program. Tento dotační program každoročně rozdělí mezi včelaře 65 milionů korun, které z 50% hradí Česká republika a z 50% Evropská unie. Tyto peníze budou včelařům poskytnuty především na technickou pomoc, boj proti varroáze, racionalizaci kočování včelstev, úhradu nákladů na rozbor medu a obnovu včelstev. V tabulce č. 2 jsou uvedeny předpokládané náklady jednotlivých oblastí podpory.

Tabulka 1 Předpokládané náklady jednotlivých oblastí podpory (Příručka pro chovatele včel, © 2020)

Rok v mil. Kč	2020 v tis. Kč	2021 v tis. Kč	2022 v tis. Kč
Technická pomoc včelařům	43 500	42 500	42 000
Boj proti varroáze	13 000	13 000	13 000
Racionalizace kočování včelstev	3 000	4 000	4 000
Úhrada nákladů na rozbor medu	1 000	1 000	1 000
Obnova včelstev	4 500	4 500	5 000

Většina včelařů v České republice je registrována u Českého svazu včelařů, který představuje největšího představitele včelařů v republice. Český svaz včelařů sdružuje přes 58 tisíc včelařů, což tvoří 94% z celkového počtu včelařů a díky tomu se Česká republika řadí mezi

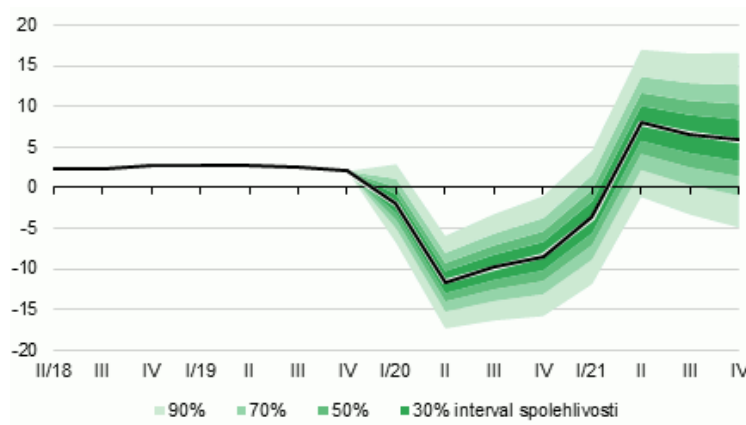
státy s největší organizovaností chovatelů včel na světě. Členy tohoto svazu tvoří jak fyzické osoby, tak i právnické osoby. Stanovy Českého svazu včelařů definují jeho hlavní poslání jako „*péči o zachování a rozvoj populací včely medonosné a dalších opylovatelů rostlin a ochrana životního prostředí, přírody a krajiny v ČR. Tato péče vyžaduje systematickou a organizovanou činnost včelařů ke zkvalitňování chovu včel a jeho ochrany před narůstajícím negativními civilizačními vlivy. Zajištění opylení kulturních rostlin i přírodních rostlinných společenství je hlavním přínosem včelařství a činnosti Českého svazu včelařů pro společnost a přírodu ČR.*“ (Český svaz včelařů, © 2010-2020)

6.1.2 Ekonomická oblast

V závěru roku 2019 došlo ke zpomalení ekonomického růstu a to především díky oslabení světového obchodu a investic v důsledku hospodářské nejistoty. Globální ekonomika v roce 2020 bude výrazně ovlivněna pandemií nového typu koronaviru. První stát postižený touto pandemií byla Čína. Podle předpokladů by čínská ekonomika měla v roce 2020 téměř stagnovat, respektive poklesnout o 0,2%. Následně koronavirus napadl Evropskou unii a Spojené státy americké. Podle předpokladů dojde v letošním roce v Evropské unii k poklesu HDP o 5,5% a ve Spojených státech amerických k poklesu HDP o 2,7%. Globální ekonomika v důsledku pandemie nového typu koronaviru poklesne o 2,0 %. (Makroekonomická predikce, 2020)

Hrubý domácí produkt

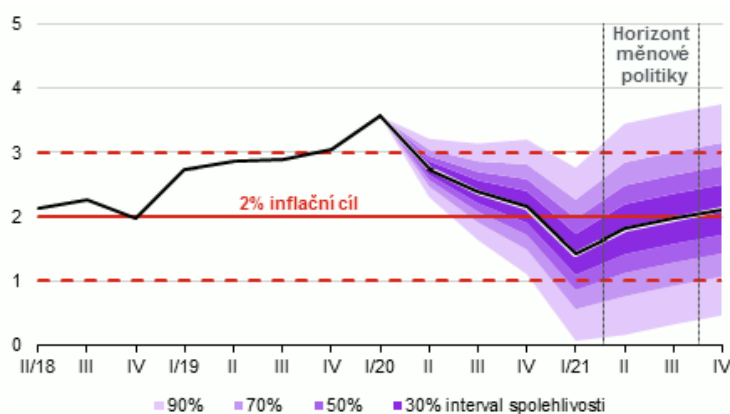
V roce 2019 HDP v České republice vzrostl o 1,8 %, růst byl způsoben především vysokou domácí poptávkou. Na začátku roku 2020 propukla v České republice pandemie nového typu koronaviru, což znatelně postihlo velkou část domácí ekonomiky. Vláda byla nucena zavádět opatření k zastavení šíření nákazy, které významně zasáhly odvětví cestovního ruchu, kultury a sportu, obchodu a dopravy. V současné situaci je velmi obtížné odhadnout vývoj HDP, ale v případě, že se situace uklidní, očekává se v roce 2020 pokles HDP o 5,6% a v roce 2021 růst o 3,1%. (Makroekonomická predikce, 2020)



Obrázek 10 Predikce vývoje HDP (ČNB, © 2020)

Inflace

Inflace je jedním z důležitých makroekonomických ukazatelů v souvislosti s kolísáním cen. V roce 2019 dosahovala inflace hodnoty 2,8 %. V roce 2020 do vývoje inflace zasáhla administrativní faktory. V lednu budou zvýšeny sazby spotřebních daní u cigaret a alkoholu, což by mělo index spotřebitelských cen zvýšit zhruba o 0,7 %. Podle dohadů by průměrná míra inflace v roce 2020 měla dosahovat 3,2 %. (Makroekonomická predikce, 2020)

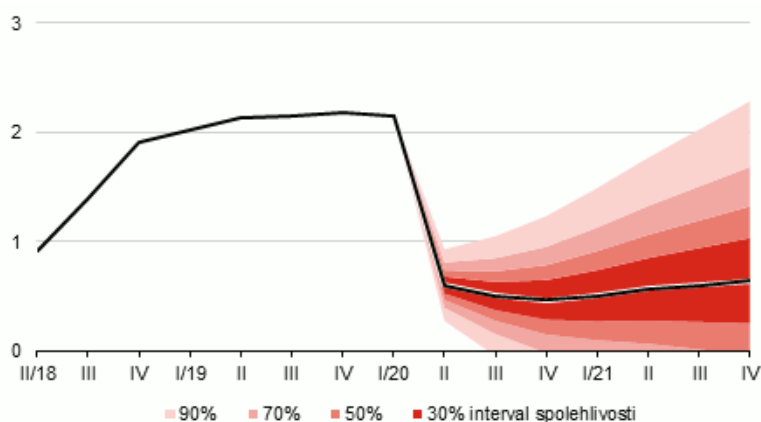


Obrázek 11 Predikce vývoje inflace (ČNB, © 2020)

Úrokové sazby

Založení včelí farmy je nákladným projektem, který by podnikatel nebyl schopen financovat pouze z vlastních zdrojů, a proto bude využívat i cizí zdroje. Z toho důvodu je pro nově vznikající včelí farmu velmi důležitý vývoj úrokových sazeb. V současné době se hodnoty úrokových sazeb pohybují okolo 0,3 % (měsíční PRIBOR). Nízké úrokové sazby na finančním trhu jsou dobrou zprávou pro podnikatele, tedy i pro včelí farmu. Díky nízkým

úrokovým sazbám může včelí farma získat levnější úvěr a ušetřené peníze využít na jiné účely.

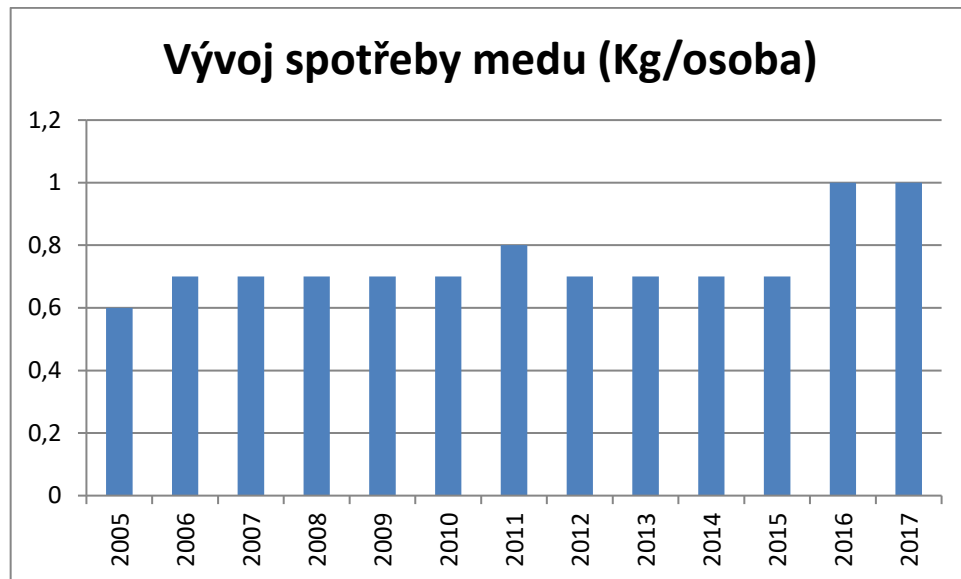


Obrázek 12 Predikce vývoje úrokových sazeb (ČNB, © 2020)

6.1.3 Sociálně-kulturní oblast

V současné době ve Zlíně bydlí celkem 74 276 obyvatel, z toho 38 868 žen a 35 408 mužů. Zlínský kraj má jeden z nejstabilnějších počtu obyvatel v zemi, na konci roku 2019 zde bydlelo 582 555 obyvatel. I přes tyto stabilní hodnoty dochází k mírnému úbytku osob s trvalým bydlištěm ve Zlínském kraji. Zlínská kraj se vyznačuje relativně bezpečnou oblastí s nízkou kriminalitou, dobrým životním prostředím a vysokou úrovní školství. Naopak důvodem proč obyvatelé odcházejí ze Zlínského kraje, může být špatná dopravní dostupnost, jeden z nejnižších průměrných platů a méně pracovních nabídek. (Ze Zlínského kraje lidé odcházejí jen zřídka, 2019; Počet obyvatel obce Zlín, 2020)

Důležitým údajem pro nově vznikající včelí farmu je průměrná roční spotřeba medu na obyvatele za rok. Z níže uvedeného grafu č. 4 je patrné, že spotřeba medu v České republice má z dlouhodobého hlediska spíše setrvalý stav. Tento stav není příliš příznivý pro včelaře a včelí farmy. Stagnaci tohoto trendu by mohla změnit vyšší poptávka po kvalitních českých produktech, která je spojená s trendem zdravého životního stylu a zvyšující se oblibou regionálních produktů.



Obrázek 13 Vývoj spotřeby medu (Český včelařský program 2020 - 2022)

Včelaření není příliš oblíbené mezi obyvateli České republiky. Včelařství jako takové je namáhavá a pracná činnost, především v letních měsících, kdy začíná medobraní. Při včelaření se včelař nevyhne bodnutí od včel, tomuto se dá do určité míry předcházet používáním ochranných pomůcek jako je včelařská kombinéza a rukavice, ale i tak se nelze bodnutí vyhnout. Včelaření se ve většině případů věnují dospělí a důchodci, z tohoto důvodu je průměrný věk českého včelaře okolo 55 let. Česká republika se stárnutí včelařů snaží předcházet, a proto poskytuje dotace na konání včelařských akcí a na zakládání včelařských kroužků pro děti a mládež.

6.1.4 Technologická oblast

Tak jako v každém oboru tak se i ve včelařství dosahuje technologického pokroku. Tento technologický pokrok je především spojený s bojem proti včelím nemocím a zvyšování produkce medu díky použití moderních metod a postupu při včelaření a také díky modernějším nástrojům na vytáčení medu.

Výzkum spojený se včelařením probíhá především na vysokých školách zemědělských a ve Výzkumném ústavu včelařském v Dole. Jedná se o soukromou instituci, jejíž hlavní činností je výzkum, vývoj, výroba a vzdělávání v oboru chovu včel a včelích produktů. Výzkum, který tato společnost provádí, se zaměřuje především na nemoci včel, genetiku a šlechtění, chemii včelích produktů a včelařské technologie. Tato společnost se také podílí na řešení výzkumných projektů podporovaných Ministerstvem zemědělství, školství a životního prostředí. Získané poznatky poté ústav dále šíří prostřednictvím přednášek a kurzů

pro včelaře, žáky základních, středních i vysokých škol i pro veřejnost. Výzkumný ústav včelařský v Dole vlastní akreditovanou zkušenou laboratoř. Tuto zkušební laboratoř jmenoval ředitel Státní veterinární správy jako referenční laboratoř pro nákazy včel. (Jihočeská agentura pro podporu inovačního podnikání, © 2006 - 2020; Výzkumný ústav včelařský, © 2020)

Technologický pokrok v oblasti vytáčení medu je důležitý především pro včelaře, kteří vlastní větší počet včelstev. V případě menšího počtu včelstev se včelaři nevyplatí investovat do drahého zařízení. Velkým technickým pokrokem je automatická linka, která dokáže sama odvíčkovat rámečky a následně tyto rámečky vytočit. Tato automatická linka výrazně ulehčí práci včelaři, ovšem její pořizovací cena se pohybuje okolo 800 000 Kč a je tedy primárně určena pro velkochovatele.

6.1.5 Legislativní oblast

Zákony upravující podnikání v České republice

Legislativní prostředí, ve kterém se pohybují podnikatelé a to jak právnické, tak i fyzické osoby je velmi nepřehledné. Řada zákonů podléhá novelám a právě to je důvodem této nepřehlednosti. Největší poslední změnou v legislativě upravující podnikání bylo zrušení obchodního zákoníku v roce 2014. Tento zákoník byl nahrazen novým občanským zákoníkem a zákonem o obchodních korporacích. Proto se musí podnikatel při zakládání podniku orientovat v platných právních předpisech, které stanovují podmínky pro založení podniku a řídit se jimi v průběhu celého podnikání.

Při založení společnosti se podnikatel musí řídit následujícími zákony:

- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník,
- Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích),
- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon),
- Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce,
- Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví,
- Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů,
- Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty,
- Další zákony.

Zákony upravující spojené se včelařskou činností

V současné době v České republice není jednotný zákon, který by upravoval včelařskou činnost. Včelařská činnost je upravena řadou právních předpisů, o kterých by měl mít podnikatel alespoň rámcovou představu.

Zákon č. 252/1997 Sb., o zemědělství upravuje podmínky pro podnikání v zemědělství. Fyzická nebo právnická osoba, která plánuje podnikat v zemědělství, se musí zaevidovat jako zemědělský podnikatel na jakémkoliv obecním úřadu obce s rozšířenou působností. Zemědělským podnikatelem je osoba starší 18 let, plně svéprávná s trvalým pobytem na území ČR.

Zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči stanovuje podmínky veterinární péče chov a zdraví zvířat a na živočišné produkty. Dále upravuje práva a povinnosti fyzických a právnických osob, soustavu, působnost a pravomoc orgánů vykonávajících státní správu v oblasti veterinární péče, jakož i některé odborné veterinární činnosti a jejich výkon.

Zákon o rostlinolékařské péči č. 326/2004 Sb., a vyhláška o ochraně včel, zvěře, vodních organismů a dalších necílových organismů při použití přípravků na ochranu rostlin č. 327/2012 Sb., upravují ochranu včel při aplikaci přípravků na ochranu rostlin. Tyto dva předpisy upravují umístění trvalých i přechodných stanovišť včel a aplikaci prostředků určených na hnojení nebo postřik rostlin.

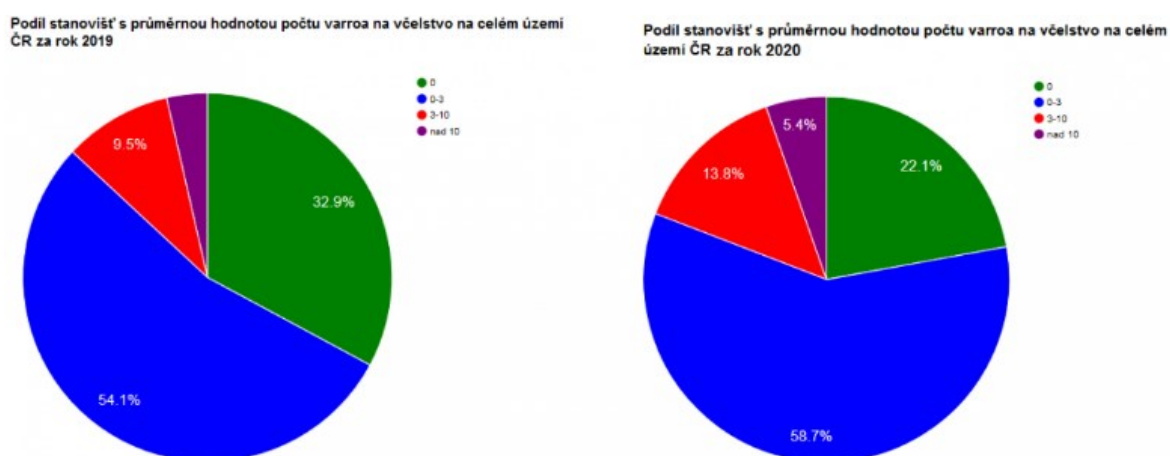
Vyhláška č. 76/2003 Sb., stanovuje požadavky pro přírodní sladidla, med, cukrovinky, kakaový prášek a směsi kakaa s cukrem, čokoládu a čokoládové bonbony. Tato vyhláška definuje med jako: „potravina přírodního sacharidového charakteru, složená převážně z glukózy, fruktózy, organických kyselin, enzymů a pevných částic zachycených při sběru sladkých šťáv květů rostlin (nektar), výměšků hmyzu na povrchu rostlin (medovice), nebo na živých částech rostlin včelami, které sbírají, přetvářejí, kombinují se svými specifickými látkami, uskladňují a nechávají dehydratovat a zrát v plástech“. Je zde také uvedené členění medu, požadavky na označení a jakost medu.

Vyhláška č. 289/2007 Sb., o veterinárních a hygienických požadavcích na živočišné produkty upravuje zpracování medu. Při skladování a manipulaci s medem musí být použity takové obaly, které splňují požadavky na potraviny živočišného původu. Med nesmí být vystavován přímému slunečnímu záření. Vyhláška také stanovuje tzv. malé množství medu, učeného k prodeji chovatelem přímo spotřebiteli. Jedná se o množství nepřesahující dvě tuny ročně.

6.1.6 Ekologická oblast

Ekologické aspekty jsou velice důležité pro včelaře, protože se velkou měrou podílejí na množství a kvalitě medu a ve velikosti včelstva. Nejvýznamnějším ekologickým aspektem jsou klimatické změny. Globální oteplování, ke kterému dochází v posledních letech, velmi negativně ovlivňuje včely. Toto oteplování navíc napomáhá roztočům a nemocím, které postihují včelstva. Díky vyšším teplotám dokážou nemoci a roztoče přečkat zimní měsíce ve větším množství a tím i více uškodit včelstvům.

Jedním z největších problémů postihující včelaře v posledních letech je roztoč *Varroa destructor* tedy kleštík včelí. Tento parazit pochází z Asie a evropská včela medonosná se nedokáže sama těchto parazitu zbavit. Kleštík včelí napadá především včelí plod a současně může být také přenašečem jiných infekčních onemocnění postihující včely a včelí plod. Roztoči se živí hemolymfou z včelího plodu. Z napadeného plodu se následně líhnou oslabené a poškozené včely, v důsledku čehož je oslabené celé včelstvo. Samičky kleštíka také napadají dospělé včely a v případě, kdy napadená včela omylem vletí do jiného úlu, dojde k rozšíření tohoto parazita do dalšího úlu. Jedinou účinnou metodou jak se bránit proti tomuto parazitovi je používání účinných léčiv. Pokud včelař každoročně nezaléčí své včelstva, může to vést k přemnožení tohoto parazita a následně k úhynu včelstev. V důsledku varroázy každoročně v České republice uhynou stovky včelstev. Nejzávažnější situace byla na přelomu roku 2014 a 2015, kdy včelaři přišli o 34,5% svých včelstev. V současné době není výskyt tohoto roztoče tak velký, ale oproti roku 2019 došlo k zvýšení výskytu jak je vidět v níže uvedeném obrázku č. 5. (Státní veterinární správa, C 2020; Výzkumný ústav včelařský, © 2020)



Obrázek 14 Výskyt varroázy v České republice (Státní veterinární správa, © 2020)

Další nemocí postihující včelstva v České republice je mor včelího plodu. Původcem této nákazy je bakterie *Paenibacillus larvae* a postihuje především zavíčkovaný včelí plod. Nejčastěji se tato nákaza dostane do včelstva pomocí infikované potravy, infikovanými plásty, úly a náčiním. Nákaza se do úlů může dostat také pomocí zbloudilých včel nebo i roji. K nákaze včelího plodu dochází skrze potravu. Takto nakažený plod uhynie a následně se změní na lepkavou, hlenovitou hmotu. Dospělé včely se poté snaží tyto zbytky odstranit a tím dochází k dalšímu přenosu nákazy po plástech. Dospělé včely jsou před touto nákazou odolné, ale mohou ji dále šířit. Při prokázání nákazy moru včelího plodu, musí včelař provést likvidaci včel, podle nařízení krajské veterinární správy. Toto nařízení se vztahuje i na veškeré ostatní vybavení a příslušenství používané k manipulaci se včelami a jejich produkty, v případě kdy nelze provést jejich účinnou chemickou dezinfekci. Likvidace je provedena utracením včelstev a jejich následným spálením. Likvidace včelstev probíhá za přítomnosti inspektora krajské veterinární správy a dalších určených členů likvidační komise. Krajská veterinární správa poté vydá včelaři protokol o likvidaci, který je součástí žádosti o náhradu škody. Mor včelího plodu je velice odolné a nakažlivé onemocnění, a proto je nutné provádět tyto radikální opatření, aby se předešlo šíření. (Český svaz včelařů, © 2010-2020; Státní veterinární správa, © 2020; Ivčelařství, © 2020)



Obrázek 15 Ochranná pásma a ohniska moru včelího plodu březen 2020 (Státní veterinární správa, © 2020)

7 PORTERŮV MODEL PĚTI SIL

Pro zhodnocení mikrookolí společnosti bude využit Porterův model pěti sil. Zkoumanými oblastmi bude konkurenční rivalita, hrozba vstupu do odvětví, vyjednávací síla dodavatelů a odběratelů a poslední oblastí je hrozba substitutu.

7.1.1 Konkurenční rivalita

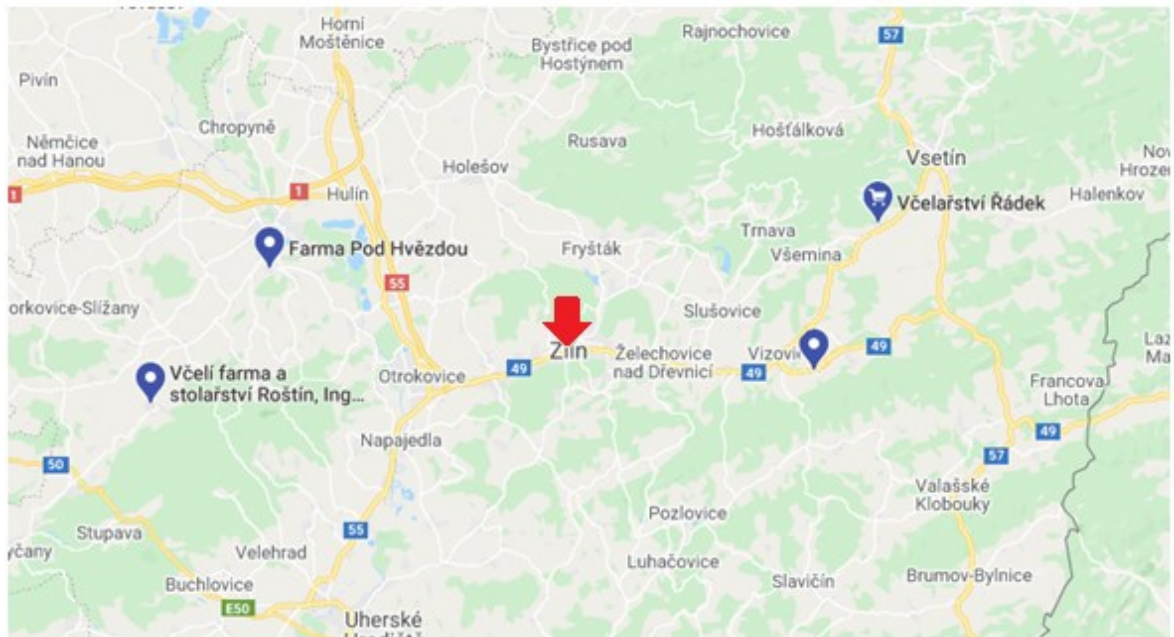
Med jako takový je homogenním produktem a proto se zákazníci ve většině případů rozhodují o koupi na základě ceny. Zároveň je v České republice velké množství včelařů. Tyto dva aspekty vytváří poměrně vysokou konkurenční rivalitu.

V České republice je podle posledních údajů z roku 2017 přes 61 600 včelařů registrovaných u Českého svazu včelařů. Největší část z tohoto počtu tvoří tzv. „hobby“ včelaři, kteří vlastní do 15 včelstev. Konkrétně je to 50 400 včelařů což představuje 81 % z celkového počtu registrovaných včelařů. Produkce medu těchto „hobby“ včelařů je obvykle určena pouze pro vlastní spotřebu rodiny případně dalších známých.

Skupina včelařů vlastní od 16 do 150 včelstev představují podstatnou konkurenční sílu pro včelí farmu. Tuto skupinu tvoří 18% z celkové počtu registrovaných včelařů konkrétně 11 100 včelařů. Tito včelaři již dosahují poměrně vysoké produkce medu a vytváří tak nadpoloviční většinu celkové produkce medu na trhu. Nejčastějším způsobem, jak tito včelaři prodávají svůj med, je tzv. ze dvora. Typickým příkladem zákazníka tohoto způsobu prodeje jsou místní obyvatelé nebo obyvatelé přilehlých obcí. Dalším možným způsobem prodeje je využití farmářských trhů, které v posledních letech získaly na popularitě, případně využití maloobchodních prodejen v okolí.

Nejmenší skupinu tvoří včelaři s více než 150 včelstvy. V současné době je v České republice okolo 130 těchto včelařů a tvoří pouze 1% z celkového počtu registrovaných včelařů. Tito včelaři, kteří mají chov včel jako hlavní výdělečnou činnost, představují významnou konkurenční sílu pro plánovanou včelí farmu. Produkce těchto společností primárně směřuje k velkoobchodním zpracovatelům, kteří dodávají med do zpracovatelských závodů nebo jej vyváží do zahraničí. Na obrázku č. 7 jsou vyznačeny včelí farmy a včelařství v blízkosti zakládané včelí farmy.

Obrázek 16 Umístění konkurenčních farem v okolí (Vlastní zpracování)



Farma pod Hvězdou byla založena v roce 2008 a její jméno je odvozeno od kopce Hvězda, pod kterým se nachází. Tato farma se stará o 250 včelstev, přičemž vedle prodeje včelího medu se ještě zaměřuje na prodej živočišných produktů a ovocných produktů, jako jsou kompoty, marmelády a jamy. (NWT a.s., © 2018)

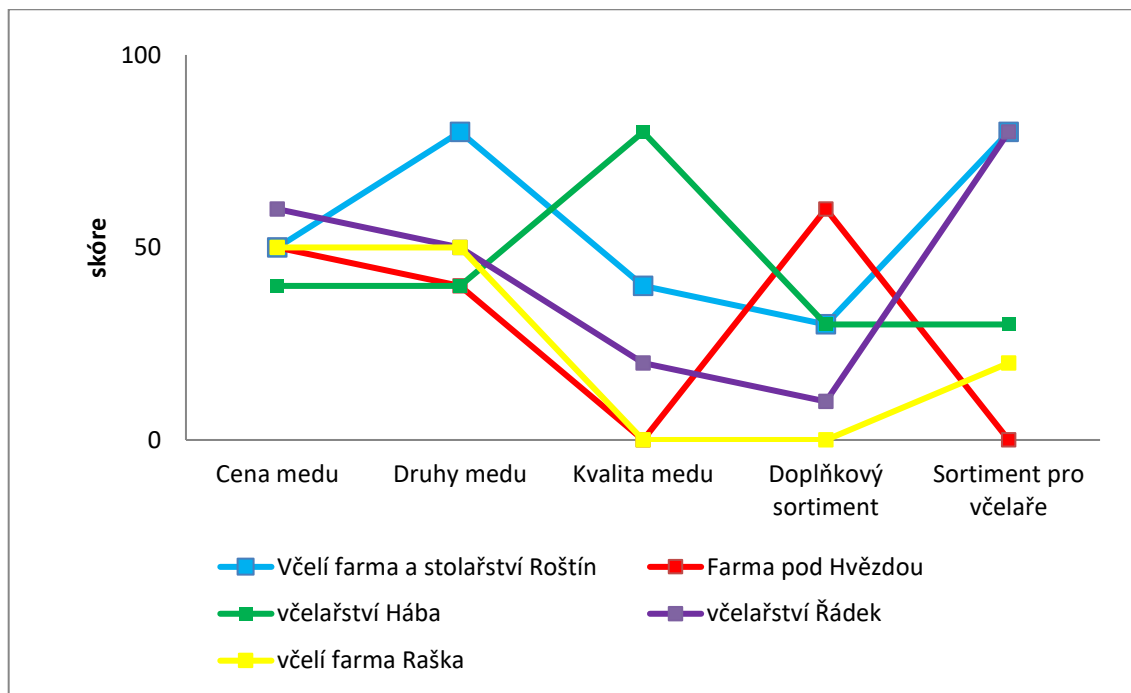
Včelí farma a stolařství Roštín hlavním předmětem této společnosti je od roku 2005 výroba včelích úlů, chov včelstev, prodej včelích produktů a výroba medoviny. Navíc tato včelí farma je držitelem certifikátu kvality medu uděleným od Výzkumného ústavu včelařského v České republice. (Včelí farma a stolařství Roštín, © 2010)

Včelařství Řádek toto včelařství s nachází v obci Liptál nedaleko od Vsetína. Zaměřuje se na prodej medu a zároveň také na prodej včelích úlů a oddělků včelařům. Včelařství Řádek je držitelem ochranné známky BESKYDY originální produkt®, která je určena řemeslným výrobkům, potravinářským nebo zemědělským produktům, které pocházejí z Beskyd a nepoškozují životní prostředí (Včelí farma z Valašska, © 2020)

Včelařství Hába je nejbližším konkurentem pro zakládanou včelí farmu. Jedná se o včelařství, které má přes 300 produkčních včelstev a nabízí svým zákazníkům med přímo ze dvora. Toto včelařství rovněž nabízí jiným včelařům oddělky a včelí matky. (Včelařství Jaroslav Hába, © 2020)

V níže uvedeném grafu je vytvořena hodnotová analýza konkurence. Jednotlivým konkurentům byly přiřazeny body v rozmezí 0-100, které značí míru zařazení daného faktoru do

struktury daného podnikání Zkoumanými faktory byly cena medu, druhy medu, kvalita medu, doplňkový sortiment a sortiment pro včelaře.



Obrázek 17 Hodnotová analýza (Vlastní zpracování)

Cena medu

Ceny medu u jednotlivých konkurentů se liší v rozmezí do několik korun za kilogram. Z tohoto pohledu nepředstavuje žádný konkurentů výraznou hrozbu pro zakládanou včelí farmu

Druhy medu

Největší nabídkou druhů medů disponuje Včelí farma a stolařství Roštín. Tato včelí farma nabízí vedle běžných druhů medu, jako je květový a medovicový i druhové medy konkrétně lipový, akátový a slunečnicový.

Kvalita medu

Kvalita medu byla hodnocena na základě získaných certifikátů a ocenění ze soutěží. V této oblasti dominuje Včelařství Hába, které získalo za dobu své existence celou řadu ocenění za kvalitu medu.

Doplňkový sortiment

Nejširším doplňkovým sortimente disponuje farma pod Hvězdou. Tato farma produkuje nejen včelí produkty ale i živočišné a ovocné produkty. Díky tomu může oslovit širší okruh zákazníků, a proto byla označena za největšího konkurenta v této kategorii.

Sortiment pro včelaře

Největším konkurentem v této oblasti je Včelí farma a stolařství Roštín a Včelařství Řádek. Důvodem je široká nabídka včelařských potřeb jako včelí oddělky a úly, včelí vosk, prodej matek a včelařských potřeb.

Závěr

Z provedené analýzy vyplývá, že v rámci prodeje medu je pro zakládanou včelí farmu největší konkurent Včelařství Hába, který má nejnižší průměrnou cenu medu a nejvíce získaných ocenění za kvalitu medu. V rámci prodeje sortimentu pro včelaře je největším konkurentem Včelí farma a stolařství Roštín a Včelařství Řádek a to z důvodu široké nabídky.

7.1.2 Hrozba vstupu do odvětví

Před zahájení činnosti je potřeba získat živnostenský list a osvědčení o zápisu do evidence zemědělského podnikatele. Potřebné podmínky pro udělení nepředstavují velkou bariéru vstupu do odvětví. Společnost také musí splňovat podmínky Státní zemědělské a potravinářské inspekce ohledně jakosti vyráběných produktů a jejich správného označení. Navíc podnikatel musí získat souhlas Krajské veterinární pravy, Krajské hygienické stanice.

Založení včelí farmy s sebou nese potřebu nemalých finančních zdrojů. Náklady spojené se zahájením činnosti se pohybují od 500 000 Kč až do 5 milionů korun. Tato výše nákladů se samozřejmě odráží od plánovaného počtu včelstev, od nákupu potřebného vybavení nebo potřebných prostor pro provozování činnosti. Současně s těmito náklady je také potřeba v prvních letech podnikání dále investovat do rozvoje podniku. Tak jako u každé činnosti související se zemědělskou produkcí, zde existuje riziko tzv. špatného roku, kdy se sníží produkce medu v důsledku špatného počasí nebo nemoci. Tato situace může být pro nově vzniklou ale i zaběhlou farmu likvidační. Práce včelaře je náročná jak fyzicky tak psychicky, zároveň ke vstupu do odvětví je nutné mít potřebné znalosti a zkušenosti.

Mnoho potencionálních podnikatelů je odrazeno od vstupu do tohoto odvětví především vysokými počátečními náklady a dlouhou dobou návratnosti investice. Navíc je zde i celá řada potřebných oprávnění, které musí podnikatel před zahájením činnosti získat. Proto můžeme hrozbu vstupu do odvětví označit za malou.

7.1.3 Vyjednávací síla dodavatelů

Včelaření se neobejde bez včelích úlů. Malý včelaři si dovedou vyrobit potřebné množství úlů svépomocí. U včelařů s velkým množstvím včelstev, již toto není možné a musí si potřebné úlů nakoupit u dodavatelů. Vzhledem k úspoře času je i vhodnější úlů nakupovat od dodavatelů. Na trhu existuje velké množství společností dodávající tyto úlů, současně vedle těchto výrobců jsou i drobní živnostníci zabývající se truhlářskou činností, kteří jsou schopni včelí úlů vyrobit za běžnou cenu. Společnost má tedy na výběr z dostatečně velkého počtu dodavatelů a může si vybírat na základě ceny nebo kvality úlů. Z těchto důvodů lze tuto sílu označit za malou.

Další nezbytnou věcí pro včelí farmu jsou včelstva. S ohledem na úsporu času bude počáteční množství včelstev nakoupeno od dodavatele. Na trhu je dostatečné množství včelařů zabývajících se primárně prodejem včelích oddělků. Cena nabízených oddělků se příliš neliší u jednotlivých včelařů. V následujících letech plánuje včelí farma sama produkovat a prodávat tyto oddělky, proto již nadále nebude potřeba dodávek včelstev od dodavatelů. Z výše uvedených důvodů lze jejich sílu označit za malou.

Na konci sezóny potřebují včelaři nakoupit cukr na zakrmení včelstev na zimu. Nejčastěji je tento cukr nakupován v obchodních řetězcích ve slevách, ale v případě potřeby velkého množství cukru včelaři využívají specializovaných prodejců, internetových aukcí nebo nákupu přímo v cukrovaru.

Pro získání medu z rámečků a jeho další zpracování potřebuje včelař řadu pomůcek. Především se jedná o medomet, odvíčkovací stůl, nádoby na uskladnění, tavidlo vosku, nádoby na stáčení, vybavení včelnice, vybavení prodejny a další. Na trhu je v současné době několik výrobců včelařských pomůcek. Tyto pomůcky lze nakoupit přímo od výrobců, v mnohých kamenných prodejnách s včelařským vybavením nebo na internetových obchodech. Proto lze také tuto vyjednávací sílu dodavatelů označit za slabou.

7.1.4 Vyjednávací síla odběratelů

Hlavní část zákazníků budou tvořit koncoví spotřebitelé. Zákazníky včelí farmy tedy představují muži i ženy ve všech věkových kategoriích. U hlavního produktu, který představuje med, lze jen těžce tyto zákazníky segmentovat, proto je výhodnější tyto zákazníky zařadit pouze do jednoho segmentu. Pro získávání a udržení zákazníků v tomto segmentu je velice

důležité s nimi komunikovat, snažit se odhadnout jejich potřeby, vyhovět jejich požadavkům a nabízet pouze kvalitní produkty, tak aby se vraceli.

Další část zákazníků včelí farmy budou tvořit i jiní včelaři, kteří si objednají oddělek nebo včelí matku. Vyjednávací síla obou skupin zákazníků ohledně ceny je malá, avšak v případě kvality mají obě skupiny zákazníků velkou vyjednávací sílu. V případě nespokojenosti s kvalitou výrobku mohou jednoduše nakoupit u jiného dodavatele.

Poslední část zákazníků představují výkupny medu. Tuto možnost bude včelí farma využívat pouze v situaci, kdy se vyprodukovaný med neprodá prostřednictvím přímého prodeje, farmářských trhů nebo pomocí internetového obchodu. Níže jsou uvedeny výkupny včelího medu společně s výkupními cenami, pokud jsou uvedeny:

- MEDOCENTRUM.CZ - květový 60 Kč, medovicový 85 Kč (MEDOCENTRUM.CZ, ©2020)
- Výzkumný ústav včelařský - jednotná cena 70 Kč (Výzkumný ústav včelařský, ©2020)
- VCELPO - pro rok 2020 ještě není stanovena (v roce 2019 byla cena 70 Kč). (VCELPO, ©2020)

Výkupny medu nastavují cenu pro jednotlivé druhy medu, požadovanou kvalitu medu a určují druh obalu, ve kterém med vykupují. Pokud chce včelař svůj přebytečný med prodat, musí splnit stanovené podmínky a spokojit se s výkupní cenou.

7.1.5 Hrozba substitutu

Včelí med lze konzumovat na několik způsobů například samostatně, jako sladidlo do nápojů a potravin nebo jako mazání společně s pečivem.

V případě, kdy je med konzumován samostatně lze uvazovat o substitutech, jako jsou různé cukroviny, želé bonbóny nebo jiné sladkosti. Hlavním substitutem medu využitého jako sladidlo je rafinovaný cukr, třtinový cukr, umělé sladidla případně sirupy jako je agávový nebo javorový. Substitutem medu konzumovaného s pečivem jsou především různé sladké pomazánky, lísko-oreškové krémy (Nugeta, Nutella apod.) nebo ovocné jamy a marmelády.

Tak jako i výše uvedené možné substituty, med slouží dobře jako rychlý zdroj energie, protože obsahuje rychlé cukry, především fruktózu a glukózu. Tak jako i na jiné druhy sladidel si může člověk vypěstovat závislost na medu, a proto by se měla tyto sladidla používat v rozumné míře. Odlišností medu je to, že jako přírodní sladidlo nezatěžuje organis-

mus člověka, a je tedy vhodný pro malé děti a oslabené osoby. Dále obsahuje vitamíny skupiny A, C a B, minerální látky vápník, fosfor, draslík, hořčík, železo a důležité aminokyseliny.

Med má oproti uvedeným substitutům výhodu, že se shoduje se smyslem trendu zdravého životního stylu a tím se stává pro mnoho zákazníků důležitějším a zajímavějším. Ačkoli med nepatří do nezbytných statků, má určité vlastnosti, pro které je vyhledávaný zákazníky a výše uvedené substituty tyto vlastnosti nemůžou uspokojivě nahradit. Proto lze konstatovat, že substituty medu nepředstavují významnou konkurenční sílu.

8 SWOT ANALÝZA

Za pomoci SWOT analýzy jsou identifikovány interní faktory, tedy silné a slabé stránky podniku a externí faktory, tedy příležitosti a hrozby. Silné a slabé stránky může společnost svou činností a rozhodnutími ovlivnit, ovšem příležitosti a hrozby už ne. Pro úspěšné fungování musí firma maximálně využít příležitostí a na hrozby se účinně připravit.

8.1 Silné stránky

Chov včel má dlouholetou tradici v rodině podnikatele. Podnikatel se již přes deset let aktivně věnuje včelaření, díky tomu získal množství zkušeností s chovem a péčí o včelstva. I přes již získané znalosti a zkušenosti se podnikatel snaží i nadále vzdělávat a získávat nové informace prostřednictvím přednášek a konferencí.

Silnou stránkou společnosti je vlastnictví vhodných pozemků pro umístění včelích úlů. Společnost tak nemusí vynakládat další prostředky na pořízení pozemků pro umístění úlů. Navíc jsou tyto pozemky v nezastavěných lokalitách, díky čemuž se snižuje možné riziko spojené s nesouhlasem o umístění včel od obyvatel.

Hlavním nabízeným produktem včelí farmy bude včelí med. Společnost se bude také zaměřovat na odchov včelích matek a tvorbu včelích oddělků, které bude nabízet jiným nebo začínajícím včelařům. Díky tomu bude společnost schopna oslovit větší množství potenciálních zákazníků a tak si také zvýšit výnosy.

Další silnou stránkou je vysoká kvalita nabízeného medu a důsledná kontrola kvality. V průběhu vytáčení medu budou odebírány vzorky a kontrolovány pomocí refraktometru, který měří obsah vody v medu. Nabízený med splňuje limit 20% podílu vody, který je stanoven ve vyhlášce č. 73/2003 Sb. a zároveň splňuje limit 18% podílu vody stanovený Českým svazem včelařů pro označení Český med.

8.2 Slabé stránky

Slabou stránkou společnosti jsou malé zkušenosti se včelaření s velkým počtem včelstev. Tato nezkušenost může zapříčinit zvýšení nákladů v důsledku špatné organizace práce a neodhadnutí časové náročnosti dané práce. S postupem času a získávání potřebných zkušeností bude možné rizika spojené s touto slabou stránkou společnosti minimalizovat.

Zanedbání prohlídek včelstev může společnosti způsobit značné ztráty. V případě neprovedení nebo zanedbání prohlídky může dojít k tzv. rojení včelstva. Rojení včel je přirozená

vlastnost včely medonosné a dochází k němu tehdy, kdy je v úlu nedostatek místa. Vyrojení včelstva představuje pro včelaře úbytek přibližně poloviny v čel v úlu, ale především sníží množství vyprodukovaného medu daným včelstvem až o polovinu.

Na konci sezóny, před zimními měsíci je potřeba připravit včelstva na zimu tzv. je zazimovat. Při zazimování včelstvo nepotřebuje takové množství rámečků, a proto jsou tyto přebytečné rámečky z úlu odebrány a uschovány pro následné použití v dalším roce. Před uskladněním je nutné provést hygienu a prohlédnout rámečky. Při zanedbání této činnosti může dojít k rozšíření škůdců především zavíječe voskového, který dokáže zničit velké množství uschovaných rámečků.

Včelí farma vlastní pozemky pro umístění včelích úlů. Tyto pozemky mají vhodné podmínky a vysoký potencial ohledně produkce medu. Slabou stránkou je jejich umístění v odlehlých lokalitách což zvyšuje náklady spojené s přepravou a zároveň také zvyšuje riziko vandalizmu nebo krádeže.

8.3 Příležitosti

Největší příležitostí pro společnost je využití současného trendu „zdravého životního stylu“. Lidé snažící se žít podle tohoto trendu často vyhledávají možné alternativy jak nahradit průmyslově vyráběné sladidla a také cukr. Tento trend je navíc podpořen i zvyšující se kupní silou spotřebitelů, která je výsledkem ekonomického růstu a nízkou mírou nezaměstnanosti.

V souvislosti s trendem „zdravého životního stylu“ roste průměrná spotřeba medu v České republice. Průměrná spotřeba medu na osobu se pohybuje kolem jednoho kilogramu (Situční a výhledová zpráva včely vydaná ministerstvem zemědělství udává průměrnou spotřebu medu 1 kilogram na osobu v roce 2017). (Situční a výhledová zpráva včely, 2020)

V současné době také vzrůstá poptávka po regionálních produktech a přibývá spotřebitelů, kteří jsou ochotni zaplatit více peněz za kvalitní produkt. Jednou z možností jak dostat tyto produkty k zákazníkovi jsou Farmářské trhy. Zvyšující se obliba těchto trhu umožní společnosti zvýšit prodané množství medu a zároveň se jedná o dobrou příležitost k propagaci včelí farmy a rozšíření povědomí o farmě mezi potencialní zákazníky. K vyšším prodejům mohou napomoci i zprávy o falšovaném medu, které zvyšují poptávku po medu přímo od včelaře.

I když se v posledních letech zvýšil počet registrovaných včelařů, stále to nestačí k uspokojení rostoucí poptávky po včelím medu. Důvodem je to, že velká část z registrovaných včelařů vlastní jen pár včelstev a med mají pouze pro osobní spotřebu nebo pro svou rodinu a známe.

8.4 Hrozby

Hlavní ohrožení existence včelí farmy představují klimatické změny a šíření včelích nemocí. Mírné zimy posledních let neprospívají přezimování včelstev. Proto, aby včelstvo dobře přečkalo zimu, je potřeba aby teploty nedosahovaly vysokých hodnot. Při nízkých teplotách se včelstvo drží v tzv. „chumáči“ a není příliš aktivní, ale při vyšších teplotách dochází k zvýšení aktivity včelstva a tím k vyšší spotřebě uložených zásob a to může vest až k úhynu včelstva.

Mírné zimy také napomáhají k šíření včelích nemocí a roztočů napadající včelstva. Vysoké teplo umožňují vyššímu procentu roztočů přežít zimu. Tuto hrozbu lze vyřešit použitím vyššího množství léčiv poskytovaných Českým svazem včelařů.

V důsledku průmyslového zemědělství a omezování různorodosti plodin, přichází včelstva o možnost celoročního přístupu k potravě. Dalším negativním vlivem průmyslového zemědělství je nadměrné používání hnojiv a chemických postřiků, které nepříznivým způsobem ovlivňují včelstva.

Ke krádežím úlů se včelstvem dochází v posledních letech čím dál častěji. Ve většině případu se jedná o krádeže na objednávku nebo jsou pachatelé jiní včelaři. Krádežím lze předcházet instalací GPS vysílačky, která udává přesnou polohu ukradeného úlu.

V posledních letech vzrostlo množství dováženého medu ze zahraničí. Důvodem tohoto růstu je zvýšená poptávka a rostoucí spotřeba medu v České republice. Dovezený často obsahuje antibiotika, které jsou v České republice zakázány používat pro léčení včelstev, nebo nesplňuje požadované normy ohledně obsahu vody v medu. Tento zahraniční med nejčastěji končí v obchodních řetězcích po celé republice.

Tabulka 2 SWOT analýza včelí farmy (Vlastní zpracování)

	Pozitivní	Negativní
	Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
Vnitřní	Zkušenosti se včelařením	Nezkušenost se včelařením ve velkém
	Vlastnictví stanovišť pro včely	Nezkušenost s podnikáním
	Vlastnictví včelařského vybavení	Zanedbání prohlídek včelstev
	Důsledné hlídání kvality medu	Zanedbání Hygieny a údržby rámečků
	Prodej oddělků a včelích matek	Odlehlé stanoviště včelstev
		Příležitosti (O)
Vnější	Zdravý živní styl (bio potraviny)	Klimatické změny
	Růst spotřeby medu	Průmyslové zemědělství
	Růst poptávky po regionálních produktech	Varroa destructor (Kleštík včelí), šíření včelích nemocí
	Nízký počet prodejců české medu	Krádeže úlů
	Dotační politika	Levný med ze zahraničí

9 ANALÝZA PRÁVNÍ FORMY SPOLEČNOSTI

Cílem této analýzy je vybrat nejvhodnější právní formu společnosti, které bude odpovídat požadavkům ze strany podnikatele. Správný výběr právní formy má velký význam pro správně fungování společnosti.

Zakládaná včelí farma spadá do kategorie mikropodniků. Evropská komise definuje mikropodnik jako společnost, ve které působí méně než 10 zaměstnanců a roční obrat nebo bilanční suma rozvahy nepřekročí 2 miliony euro.

Kritéria stanovená podnikatelem pro výběr právní formy společnosti:

- Minimální požadavek na základní kapitál
- Počet zakladatelů jeden
- Minimální rozsah ručení
- Nízká administrativní náročnost
- Co nejvyšší účast na zisku
- Minimální daňové zatížení
- Jednoduchý přístup k finančním zdrojům

Vzhledem k požadavku podnikatele na počet zakladatelů připadají v úvahu tyto právní formy společnosti: akciová společnost, společnost s ručením omezeným a osoba samostatně výdělečně činná. Ostatní právní formy společností, dle platné legislativy, vyžadují více než jednu osobu pro založení, a proto byly vyřazeny.

Akciová společnost splňuje požadavek na počet potřebných zakladatelů, ale pro svoji finanční náročnost na základní kapitál a administrativní náročnost se podnikatel rozhodl tuto právní formu vyřadit z výběru.

Po vyřazení nevhodných právních forem zbyly pouze společnost s ručením omezeným a OSVČ. Oba tyto typy právních forem splňují téměř všechny výše uvedené kritéria stanovené podnikatelem. Podnikatel se rozhodl pro společnost s ručením omezeným a to především z toho důvodu, že u OSVČ podnikatel ručí celým svým majetkem, a toto riziko nechce podstoupit.

10 SHRUTÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI

Cílem analytické části diplomové práce bylo provést analýzu podnikatelského prostředí a zjistit zda nově vznikající podnik bude konkurenceschopný a zda bude dlouhodobě dosahovat zisku

Pro strategickou analýzu okolního prostředí včelí farmy bylo využito PESTLE analýzy. Politická oblast analýzy se zaměřuje na podporu včelařství v České republice i Evropské unii ve formě dotací. Z ekonomické oblasti vyplývá, že v letošním roce dojde k ekonomické recesi v důsledku pandemie nového koronaviru. Sociální oblast analýzy se věnuje vývoji počtu obyvatel ve Zlíně a vývoji spotřeby medu. Technologická oblast popisuje nejvýznamnější organizaci věnující se výzkumu včelařství v České republice. V legislativní oblasti jsou uvedeny nejdůležitější právní předpisy upravující podnikatelskou a včelařskou činnost. V rámci ekologické oblasti jsou rozebrány nemoci a roztoči ohrožující včelí populaci.

Na základě Porterova modelu pěti sil byla provedena analýza podnikatelského prostředí a byly zjištěny potřebné informace o možné konkurenci, zákaznících a možných dodavatelích. Na základě provedeného průzkumu současné konkurence nově vznikající včelí farmy byly stanoveny čtyři hlavní konkurenti nacházející se v relativně blízkém okolí. Tyto zjištěné poznatky budou dále zpracovány v projektové části. V případě hrozby vstupu nových konkurentů na trh nebyla zjištěna žádná nově vznikající konkurenční včelí farma. Vyjednávací síla dodavatelů na trhu s potřebami pro včelaření lze označit za malou z důvodu velké počtu možných dodavatelů, a proto si včelí farma může zvolit dodavatele na základě ceny a kvality. Jako hrozba substitutu včelího medu byly označeny rafinovaný cukr, třtinový cukr, umělé sladidla, sirupy případně různé sladkosti a sladké pomazánky.

Na základě provedené analýzy právní formy společnosti bylo stanoveno, že nově vznikající včelí farma bude založena jako společnost s ručením omezením. K tomuto rozhodnutí došlo na základě stanovených kritérií podnikatelem pro výběr právní formy společnosti. Podnikatel se rozhodl pro společnost s ručením omezeným z toho důvodu, že finanční nároky na základní kapitál u společnosti s ručením omezeným nejsou tak vysoké jako u akciové společnosti a z důvodu menšího ručení než u OSVČ.

11 PROJEKTOVÁ ČÁST

11.1 Včelí farma Raška



Obrázek 18 Logo Včelí farmy Raška (Vlastní zpracování)

Obchodní název: Včelí farma Raška, s.r.o.

Zakladatel: Martin Raška

Sídlo: Mladcová 275 Zlín

Právní forma podnikání: Společnost s ručením omezeným

Plátce DPH: Ne

Předmět podnikání: Výroba potravinářských a škrobářenských výrobků

Výroba, obchod a služby jinde nezařazené

Telefon: 732 841 193

Webové stránky:

E-mail: martinraska94@gmail.com

Datum založení: 21. 2. 2022

11.2 Exekutivní souhrn

Podnikatelský plán se zabývá založením „Včelí farmy Raška“ se sídlem na Mladcové ve Zlíně. Cílem podnikatelského záměru je rozšíření současného počtu 15 včelstev na konečný počet 150 včelstev. V případě úspěšného provedení projektu a životaschopnosti včelí farmy je plánováno rozšířit počet včelstev až na 300.

Vizi „Včelí farmy Raška“ je stát se podnikem, který dokáže poskytnout zákazníkům jen ten nejkvalitnější včelí med.

Mezi hlavní krátkodobé cíle včelí farmy v horizontu tří let patří:

- Dostat se do povědomí obyvatel Zlína a přilehlých měst
- Vytvoření stálých a loajálních zákazníků
- Dosahovat příjmů v konstantní výši

Mezi hlavní dlouhodobé cíle včelí farmy v horizontu deseti let patří:

- Dosáhnout stabilního postavení na trhu a dostat se do povědomí zákazníků prostřednictvím budování image a značky
- Dosáhnout dlouhodobě prosperujícího a stabilního podniku s dostatečným množstvím loajálních zákazníků

Klíčovým produktem „Včelí farmy Raška“ je především včelí med. Jedná se o med květový a medovicový. Vyprodukovaný med splňuje českou i evropskou normu a dále splňuje požadavky na označení „Český med“. Včelí farma se dále také zaměřuje na chov a prodej včelích oddělků.

Jako silné stránky včelí farmy lze označit vlastnictví vhodných pozemků pro umístění včelstev, znalosti majitele, který se již přes deset let aktivně věnuje včelaření, stálý a loajální zákazníci.

Pro vytvoření „Včelí farmy Raška“ bude využito financování z cizích i vlastních zdrojů. Pro zahájení činnosti si včelí farma plánuje vzít úvěr ve výši 1 000 000 korun a zbytek potřebných financí bude získáno z vlastních zdrojů. Dle finančního plánu bude včelí farmy dosahovat zisku již v prvním roce podnikání.

11.3 Popis společnosti

Nově zakládaná „Včelí farma Raška“ představuje rozšíření drobného chovu včel. Včelí farma plánuje vlastnit 150 včelstev, které budou chovány v nástavkových palubkových úlech s rámkovou mírou 39x24 cm.

Zakládaná včelí farma bude provozovat svou činnost ve vlastních budovách a na vlastních pozemcích. Budovy se nacházejí ve Zlíně, konkrétně v jeho části Mladcové. Pozemky, které včelí farma vlastní se nachází v přílehlém okolí města Zlína. Včelí farma disponuje hospodářskou budovou, která je již upravena pro potřeby vytáčení medu a skladování vyprodukovaného medu.

Hlavní produktem včelí farmy bude včelí med. Jedná se především o med květový a medovicový. K těmto medům bude včelí farma ještě produkovat med pastovaný, který bude vyráběn z medu květového. V prvních letech podnikání bude včelí farma nabízet pouze tyto tři druhy medu, ale v budoucnu se chce zaměřit i na produkci tzv. druhových medů jako je například med lipový, akátový, slunečnicový, řepkový, pohankový atd. Vedlejším produktem včelí farmy budou včelí oddělky. Včelí oddělky jsou především určeny pro začínající včelaře nebo pro včelaře, kteří potřebují obnovit počet včelstev na stanovištích.

„Včelí farmy Raška“ bude založena jako společnost s ručením omezeným a jejím předmětem podnikání bude výroba potravinářských a škrobárenských výrobků a výroba, obchod a služby jinde nezařazené. Potřebné finance na založení budou získány z vlastních i cizích zdrojů. Včelí farma plánuje využít úvěru ve výši 1 000 000 korun. Tato částka bude splácena po dobu šesti let. Finanční prostředky budou primárně vynaloženy na náklady spojené s rozšířením stávajícího počtu včelstev. Včelí farma nebude mít žádné zaměstnance. O činnosti související s podnikáním a s chovem včelstev se bude starat pouze majitel včelí farmy a v případě potřeby mu vypomohou členové rodiny.

Vizí „Včelí farmy Raška“ je vytvoření společnosti, která bude patřit mezi nejlepší prodejce včelího medu na Českém trhu.

Posláním „Včelí farmy Raška“ je vytvoření místa, kde zákazníci dostanou pouze ten nejkvalitnější včelí med. Zároveň včelí farma bude dbát na využívání šetrných technologií při výrobě medu, tak aby nedocházelo ke zbytečnému poškozování včelstev.

Mezi hlavní krátkodobé cíle včelí farmy v horizontu tří let patří:

- Dostat se do povědomí obyvatel Zlína a přílehlých měst

- Vytvoření stálých a loajálních zákazníků
- Dosahovat příjmů v konstantní výši

Mezi hlavní dlouhodobé cíle včelí farmy v horizontu deseti let patří:

- Dosáhnout stabilního postavení na trhu a dostat se do povědomí zákazníků prostřednictvím budování image a značky
- Dosáhnout dlouhodobě prosperujícího a stabilního podniku s dostatečným množstvím loajálních zákazníků

11.4 Marketingový plán

Marketingový plán se bude týkat vytvoření marketingového mixu a stanovení marketingových cílů.

11.4.1 Marketingový mix

Produkt

Hlavním produktem včelí farmy je včelí med, jedná se především o květový med a medovicový med. Včelí med je přírodní sladidlo, které je složeno především z fruktózy, glukózy a vody. Díky tomuto složení je med pro lidský organismus lépe stravitelný než průmyslově vyráběný cukr. Další výhodou medu oproti cukru je že med obsahuje vitamíny, enzymy a minerály. Květový med také napomáhá ke zmírnění alergických reakcí, a to díky obsahu pylových zrn, které zvyšují odolnost proti alergiím. Tento med se stáčí především v jarních měsících snůšky a pochází především z nektarů květů. Květový med má výraznou sladkou chuť a z pravidla bývá světlé barvy. Tento med začíná velmi rychle krystalizovat po vytočení z včelích plástů. Je to způsobeno obsahem pylových zrn z květů rostlin. Medovicový med nepochází z nektaru květů rostlin, ale z tzv. medovice. Medovice je velmi sladká a lepkavá látka, která se vyskytuje na jehličí a listech různých stromů. Medovici produkuje stejnořídlý hmyz v České republice především mšice a puklice. Na rozdíl od květového medu medovicový med obsahuje méně cukru, ale obsahuje více minerálních látek a rostlinných barviv. Zpravidla má tmavší barvu a pomaleji krystalizuje. Poslední nabízeným medem je med pastovaný. Pastovaný med se bude vyrábět z části produkce květového medu a to z toho důvodu, že květový med je vhodnější pro pastování.

Veškerý med bude každoročně posílán na rozборы do Výzkumného ústavu včelařského v Dole a tyto výsledky rozboru budou přiloženy k prodávanému medu. Přiložené výsledky

poslouží zákazníkům jako důkaz, že jimi kupovaný med má vysokou kvalitu. Tento rozbor také potvrdí dodržování Českých a Evropských norem na obsah vody v medu, které jsou důležité v souvislosti s kvašením medu. Dále tyto rozbor potvrdí, že se jedná o 100% včelí med, do kterého nebyl přimíchán cukr nebo jiné invertní cukry, že neobsahuje zbytky léčiv používaných k léčení včelstev nebo postřikových látek.

Vedlejším produktem včelí farmy budou včelí oddělky. Prodej včelích oddělků bude zahájen ve druhém roce podnikání. Včelí oddělky budou odchovány na základě předchozí objednávky od zákazníka. Objednávky na včelí oddělky bude včelí farma přijímat od března do konce května a předání oddělku bude probíhat v červnu. Včelí oddělek bude na pěti obsazených rámcích v kartonové krabici. Krabice bude zálohována. Ke každému včelímu oddělku bude zákazníkovi přiloženo potvrzení o veterinární vyšetření na včelí mor.

Cena

Při nastavení ceny včelího medu prodáváného včelí farmou, bude podnikatel vycházet z dlouholetých zkušeností s prodejem medu. Ceny budou odrážet již „zaběhnutou cenu“, kterou v současné době podnikatel používá a kterou jeho zákazníci akceptují. Při stanovení ceny medu je důležité tuto cenu nenastavit příliš vysoko, protože vysoká cena odradí potenciální zákazníky. Zároveň je důležité cenu medu nepodhodnotit, protože nízká cena medu může v zákaznickovy vyvolat pocit, že nabízený med není kvalitní nebo je s ním něco v nepořádku. V současné době se cena medu v České republice pohybuje od 115 korun až do 400 korun za 950g medu. Avšak nejčastěji včelaři prodávají svůj med za cenu okolo 160 korun za 950g.

Včelí farma bude prodávat med za následující ceny:

- Květový med 160 Kč za 950g.
- Pastovaný med 170 Kč za 950g.
- Medovicový med 180 Kč za 950g.

Tyto nastavené ceny medu korespondují, případně se mírně liší od cen konkurenčních prodejců medu v blízkém okolí budoucí včelí farmy. V níže uvedené tabulce jsou zachyceny ceny medu konkurenčních prodejců.

Tabulka 3 Porovnání cen konkurentů (Vlastní zpracování)

	Med květový (Kč/950g)	Med pastovaný (Kč/ 950g)	Med medovicový (Kč/950g)

Farma pod Hvězdou	160	170	180
Včelí farma Roštín	160	170	180
Včelařství Řádek	170	150	180
Včelařství Hába	160	170	190

Ceny včelích oddělků bude stanovovat včelí farma na základě cen okolních konkurenčních prodejců. V současné době se cena včelích oddělků pohybuje mezi 1500 Kč až 2500 Kč za jeden oddělek. Včelí farma bude prodávat oddělky za 1800 Kč + 200 Kč vratná záloha za kartonovou krabici pro přepravu.

Místo

Med jako takový představuje finální produkt. Med po vytočení z včelích plástů není potřeb dále upravovat. Pro prodej vyprodukovaného medu bude včelí farma využívat především přímých distribučních kanálů.

Včelí farma bude svůj med prodávat především pomocí přímé distribuční cesty a to prodejem ze dvora. Tento způsob prodeje medu je velmi rozšířený a oblíbený i u ostatních včelích farem. Tento způsob prodeje je časově náročnější avšak díky přímé komunikaci se zákazníkem si včelí farma lépe vytvoří stále zákazníky, kteří se budou vracet nakupovat i v budoucnu. Tito stálí zákazníci budou představovat velkou část odběratelů produkce včelí farmy, a proto je důležité mít s nimi vybudovaný kvalitní zákaznický vztah. Zároveň včelí farma získá možnost zpětné vazby od kupujícího, kterou může dále využít pro svůj další rozvoj.

Jako další distribuční cestu, kterou bude včelí farmy využívat je účast na farmářských a jiných trzích konaných v místě působení včelí farmy a přilehlých městech a obcích. Konkrétně se jedná o farmářské trhy v Kroměříži, Otrokovicích, Vizovicích, Vsetíně a Uher-ském Hradišti. Díky účasti na těchto trzích včelí farma získá možnost oslovit větší množství potencionálních zákazníků a tím i zvýšit svůj odbyt. Také farmářské trhy mohou být využity jako forma propagace pro rozšíření povědomí o včelí farmě mezi více potencionálních zákazníků.

Další využívanou distribuční cestou budou webové stránky včelí farmy. Na těchto webových stránka budou uvedeny základní informace o včelí farmě a další aktuality. Zároveň

zde bude i e-shop, na kterém si zákazníci budou moci objednat z nabízených produktů. Současně zde bude i možnost online objednání včelích oddělků.

V budoucnu plánuje včelí farma oslovit prodejce se zdravou výživou a prodejce s regionálními potravinami ve Zlíně a přilehlých městech. Tyto prodejny navštěvuje velké množství zákazníků, které by mohly oslovit i produkty z včelí farmy. Navázání této spolupráce ovšem bude záležet na stanovených podmínkách obchodů, především se jedná o cenu a dodávané množství medu.

Dalším plánem včelí farmy je zřízení podnikové prodejny, kde by se prodávaly její produkty. Ovšem tato varianta distribuce výrobků včelí farmy je momentálně nereálná v souvislosti s náklady na zajištění zaměstnanců prodejny a nákladů na nájem, proto od této varianty bylo upuštěno. Za výše uvedené distribuční kanály bude zodpovědnou osobou majitel včelí farmy.

Propagace

Propagace je důležitým prvkem marketingového mixu, který slouží k rozšíření povědomí o firmě a jejích produktech. Nejlepší formou propagace včelí farmy jsou spokojení zákazníci a kvalitní výrobky. Proto se včelí farmy bude snažit uspokojit všechny potřeby svých zákazníků, tak aby dále předávali pozitivní hodnocení a tím přilákaly další zákazníky. Současně včelí farma bude využívat i jiné způsoby propagace.

Webové stránky „Včelí farmy Raška“ - webové stránky budou sloužit včelí farmě jako hlavní komunikační kanál se zákazníky. Webové stránky budou mít jednoduchý design a cílem těchto stránek je aby byly přehledné a dokázaly oslovit zákazníky. Na stránkách zákazník nalezne veškeré potřebné informace o včelí farmě například její adresu, nabízené produkty, kontaktní údaje, apod.

e-mail - zákazníkům přihlášeným přes webové stránky bude rozesílán newsletter s novinkami a aktuálním děním na včelí farmě.

Profil včelí farmy na Facebooku - Facebookový profil bude mít informační charakter pro zákazníky, kteří zde naleznou odkaz na webové stránky včelí farmy a základní informace. Také zde budou umístěny odkazy na YouTubeová videa a fotky produktů a jiné. Zákazníci zde také budou moci pokládat otázky ohledně včel a včelí farmy nebo zde budou moci zanechat recenzi ke konkrétním produktům. Vytvoření Facebookového profilu je bezplatné.

Instagramový profil - na instagramový profil budou umístěny fotky z dění na včelí farmě a fotky nabízených produktů. Současně zde budou točeny tzv. instastories, které budou zachycovat práci se včelami. Vytvoření účtu na instagramu je bezplatné.

Účet na YouTube - na kanále včelí farmy budou natáčeny videa, která budou zachycovat práci na včelí farmě, především tedy práci se včelami. Kromě videí zaměřených na práci se včelami zde budou videa, na kterých budou prezentovány produkty vytvořené včelí farmou. Vytvoření účtu na Youtube je bezplatné.

Reklama v městském MHD - včelí farma hodlá využít reklamních služeb dopravní společnosti Zlín-Otrokovice. Jedná se o umístění reklamních letáků do trolejbusů a autobusu společnosti. Společnost měsíčně přepraví 3 miliony cestujících a za umístění reklamy si účtuje 80 Kč/ks/měsíc za formát A4 a 128 Kč/ks/měsíc za formát A3.

Reklama v magazínu Zlín - včelí farma dále využije ke své propagaci magazín Zlín. Jedná se o oficiální měsíčník magistrátu města Zlína, který je distribuován do všech domácností ve Zlíně a jeho místních částech. Reklama bude umístěna v redakční části na 1/4 strany a její cena bude 9 700Kč.

Propagace pomocí internetových portálů - v současné době existuje několik internetových portálů, které sdružují a propagují místní producenty medu. Portály umožňují vyhledávání podle vybraného místa. Včelí farma se zaregistruje na tyto portály: Mapa včelařů, Asociace profesionálních včelařů, Pracovní společnost nástavkových včelařů a Najdi si včelaře. Tyto portály fungují na principu interaktivní vyhledávací mapy. Na mapě jsou umístěné jednotlivé body, každý tento bod představuje včelaře nebo včelí farmu prodávající med. Registrace do těchto portálů je zdarma.



Obrázek 19 Mapa včelařů prodávající med (PSNV, © 2020)

11.4.2 Marketingové cíle

Každý marketingový plán má své cíle, kterých se snaží dosáhnout pomocí správně připravené a zvolené marketingové strategie. Hlavní marketingové cíle včelí farmy jsou:

- Od druhého roku podnikání dosáhnout prodeje 50 včelích oddělků
- Každoroční účast na trzích konaných ve Zlíně a v okolních městech
- Od čtvrtého roku fungování každoročně navýšit prodeje medu o 5 % koncovému zákazníkovi
- Do pěti let provozu navázat spolupráci s prodejci zdravé výživy a prodejci regionálních potravin ve Zlíně a okolních městech.
- Do deseti let od založení firmy otevřít vlastní podnikovou prodejnu.

11.5 Technologie výroby, výrobní plán a plán nákupu

Tato část diplomové práce řeší především technologie produktů včelí farmy společně s plánovaným objemem výroby.

11.5.1 Technologie včelaření

Včelí farma bude využívat pěti stanovišť, na kterých budou včely umístěny. Na jednom stanovišti bude umístěno 35 včelstev. Na každém stanovišti bude pod jedním úlem umístěna úlová váha, která bude sloužit k monitorování stavu medových zásob. Pro chov včel bude využito zateplených dřevěných nástavkových úlů s rámkovou mírou 39 x 24 cm. Pro každý úl musí být připraveno 40 rámečků. Tyto rámečky jsou již nadrátkované a osazené mezerníky a stačí do nich pouze navařit mezistěny. Pro každý úl bude dále potřeba necelé 3 kila mezistěn. V následujících letech je možné náklady na mezistěny výrazně snížit a to výrobou mezistěn z vlastního vosku. Při práci se včelami je nutné mít ochranné pomůcky jako je kukla a kombinéza, která chrání před včelím bodnutím. Dále pro práci se včelami a rámkami na stanovišti bude potřeba zakoupit dýmák a drobné pomůcky jako jsou kleště, nůž smeták, brko atd. Při medobraní budou rámečky s medem vybrány z medníku a umístěny do přepravních beden. Plné rámečky se poté převezou na místo vytáčení, kde se odvíčkují v odvíčkovací vaně a vytočí elektrickým medometem

11.5.2 Zakrmování včelstev

Zakrmování včelstev probíhá po ukončení snůšky v průběhu srpna a na začátku září, tak aby byly na konci září všechna včelstva zakrmena. Na zakrmení včelstev bude včelí farma

používat cukerný roztok v poměru 2 díly vody na 3 díly cukru. Množství cukerného roztoku záleží na síle včelstva a také na množství volných rámečků, do kterých tento roztok ukládají. Spotřeba se pohybuje do 15 kg až do 20 kg na jedno včelstvo.

Pro jednodušší manipulaci bude včelí farma nakupovat cukr v 50 kilových pytlicích. Cena jedno kilogramu takto prodáváného cukru se pohybuje okolo 15 korun. V případě dokupování menšího množství lze k nákupu využít i supermarket. V níže uvedené tabulce je uvedena předpokládaná spotřeba cukru v jednotlivých letech.

Tabulka 4 Předpokládaná spotřeba cukru v jednotlivých letech

Rok	Počet včelstev	Množství cukru (kg)	Náklady (Kč)
2022	150	3000	45000
2023	150	3000	45000
2024	150	3000	45000

11.5.3 Léčení včelstev

Léčení včelstev je nedílnou součástí při chovu včelstev. Léčení včelstev je jedna z nejdůležitějších činností, včasným léčením lze předcházet rozšíření včelích nemocí a parazitů. Povinnost léčit včelstva ukládá včelařům zákon a v případě nedodržení těchto předpisů se včelař vystavuje trestnímu postihu „všeobecného ohrožení“. Léčení včelstev probíhá na jaře na podzim.

Jarní léčení je potřeba v případě nedostatečného zaléčení včelstev na podzim. Při jarním léčení se používá přípravek M - 1 AER. Tento přípravek se prodává v lahvičkách a jedna lahvička vystačí přibližně na 200 včelstev

Na podzim se do včelstev vkládají Gabon pásky, které jsou napuštěny léčivem. Jak včely lozí po těchto páscích, roznáší toto léčivo po celém úlu. Po vytažení Gabon pásek musí včelař ještě provést fumigaci přípravkem VARIDOL. VARIDOL je primárně určen k hubení roztoče Varroa a léčení tímto přípravkem se provádí třikrát.

Tabulka 5 Kalkulace nákladu na léčiva (Vlastní zpracování)

Přípravek	Cena (Kč)	Náklady na 1 včelstvo (Kč)
VARIDOL FU	990	6,6
Gabon pásky	4 500	30

M-1 AER	70	0,46
---------	----	------

11.5.4 Zpracování vosku

Na zpracování vosku bude použito tavidlo na vosk. Jedná se o nádobu ve tvaru sudu, kde jsou vyjímatelná nerezová síta pro zachycení nečistoty, které je potřeba z vosku odstranit. Toto tavidlo je vybaveno generátorem páry, pomocí něhož se vytaví vložené rámečky a čistý vosk potom odtéká do připravené nádoby. Čistý vosk lze poté prodat nebo ho poslat do zpracovatelské společnosti, která z něj za malý poplatek vyrobí nové mezistěny.

11.5.5 Zpracování medu a plán výroby

Rámečky, které byly odebrány včelám a přivezeny k vytočení se musejí nejdříve odvíčkovat v odvíčkovací vaně a poté jsou vloženy do elektrického medometu a následně vytočeny. Vytočený med bude následně téct do nádob pod medometem a současně cezen přes síta. Část tohoto medu bude přelita do stáčecích nádob a zbytek bude přelítý do nádob na skladování medu. Med ze stáčecích nádob bude plněn do kilových sklenic uzavřených šroubovacím víčkem a označených etiketou. Pro výrobu pastovaného medu bude primárně používán květový med. Přírozenou vlastností medu je jeho krystalizace. Zkrystalizované medy se rozpustí pomocí rozpouštěcí spirály.

Množství vytočeného medu neleze nikdy přesně naplánovat. Množství medu záleží na celé řadě faktorů například jaké je daný rok počasí, jak silná jsou včelstva po zimě nebo jestli daný rok není melicitózní med. Průměrné množství medu vytočeného z jednoho včelstva za rok se může pohybovat od 10 až do 50 kilo. Dle zkušeností podnikatele může včelí farma očekávat okolo 30 kilo medu na jeden úl. V níže uvedené tabulce je uvedena předpokládaná produkce medu v prvních třech letech fungování včelí farmy. V prvním roce je produkce medu menší z důvodu vlastnictví pouze 100 vyzimovaných včelstev. Ze zbylých 50 oddělků nebude včelí farma očekávat žádný výnos.

Tabulka 6 Předpokládaná produkce medu (vlastní zpracování)

Rok	Počet včelstev	Produkce medu (kg)
2022	100	3000
2023	150	4500
2024	150	4500

11.5.6 Balení výrobků

Vyprodukovaný med bude prodáván ve svazových sklenicích, které budou mít 950 gramů. Každá sklenice bude opatřena kovovým šroubovacím víčkem s včelím motivem. Dále bude každá sklenice opatřena etiketou, na které bude uvedeno, o jaký med se jedná, jak správně skladovat med, aby se předešlo jeho kvašení, a bude zde uvedeno jeho složení. Při zasílání sklenic poštou, budou sklenice odesílány v kartonové krabici vyplněné papírem, tak aby se sklenice po cestě nerozbily.

11.5.7 Kontrola kvality medu

Včelí farma Raška si bude zakládat na vysoké kvalitě výrobků, které budou nabízeny zákazníkům. Pro kontrolu kvality medu se bude využívat refraktometr, pomocí kterého bude stanoven obsah vody v medu. Včelí farma bude splňovat jak Evropskou normu, tak i Českou normu pro obsah vody v medu. Česká norma stanovuje maximální množství vody v medu do 18 %, přičemž Evropská norma není tak přísná a povoluje maximální množství vody v medu do 20 %. Vysoký obsah vody medu způsobuje jeho kvašení, kdy med začíná kvasit při obsahu vody od 21 %. Jako důkaz splnění těchto norem bude med opatřen certifikátem „ČESKÝ MED“, který vydává Výzkumný ústav včelařství na základě provedeného rozboru medu.

11.6 Finanční plán

Finanční plán poslouží k odhadu potřebného množství finančních prostředků k rozšíření stávajícího počtu včel a založení včelí farmy. Pro tento účel byl sestaven zakladatelský rozpočet. Potřebné prostředky pro založení včelí farmy budou získány jak z vlastních zdrojů, tak i z cizích zdrojů ve formě podnikatelského úvěru. Dále v rámci finančního plánu je sestaven předpokládaný přehled příjmů a výdajů. V poslední části finančního plánu je výkaz zisku a ztrát.

11.6.1 Zakladatelský rozpočet

Záměrem tohoto projektu je rozšíření stávajícího počtu tedy patnácti včelstev na celkový počet 150 včelstev. V případě úspěšného provedení projektu a životaschopnosti včelí farmy je plánováno rozšířit počet včelstev až na 300 (tento plán již není ve finančním plánu

dále rozpracován). V níže uvedené tabulce jsou uvedeny podstatné položky, které jsou potřebné pro realizaci rozšíření stávajícího počtu včelstev na 150.

Tabulka 7 Zakladatelský rozpočet (Vlastní zpracování)

Položka	Počet celkem	Vlastněný počet	Potřeba dokoupit	Přibližná cena (Kč)	Náklady dokoupení (Kč)
Vyzimovaná včelstva	100 ks	15	85	3 500	297 500
Včelí oddělky	50 ks	-	50	1 800	90 000
Úly	150 ks	15	135	2 500	337 500
Rámečky	6000 ks	600	5 400	19	102 600
Mezistěny	462 kg	47	415	400	166 000
Přívěsný vozík	1 ks	-	1	155 000	155 000
Úlová váha	4 ks	-	5	7 000	35 000
Medomet	1 ks	1	-	45 000	-
Nádoby pod medomet	5 ks	2	3	650	1 950
Nádoby na med	20 ks	2	18	300	5 400
Bedny na rámečky	30 ks	5	25	400	10 000
Stáčecí nádoba	2 ks	1	1	8 000	8 000
Pastovací zařízení	1 ks	-	1	25 000	25 000
Odvíčkovací vana	1 ks	1	-	15 000	-
Rozpouštěcí zařízení	1 ks	1	-	8 000	-
Tavidlo na vosk	1 ks	1	-	5 000	-
Ochranné pomůcky	4 sady	1	3	1 350	4 050
Včelařské pomůcky	4 sady	1	3	8 000	24 000
Dýmák	4 ks	1	3	750	2 250
Krmítka	150 ks	15	135	130	17 550
				Celkem	1 281 800

Jak vyplývá z výše uvedeného soupisu, pro rozšíření z původního počtu 15 včelstev na 150 včelstev, je potřeba investovat do nákupu potřebných věcí a zařízení přibližně 1 281 800 Kč. Náklady na vstupní investici jsou poměrně vysoké, a proto bude na úhradu části těchto

nákladů využít podnikatelský úvěr. Díky tomu že se podnikatel již věnuje včelaření vlastní některé potřebné vybavení.

Na trhu existuje velké množství výrobců a prodejců včelařských potřeb a zařízení, která mají různé parametry a vlastnosti. Cena těchto potřeb a zařízení je nejčastěji ovlivněna kvalitou výrobku, jeho výkonem, délkou životnosti a z jakého materiálu je vyroben. V zakladatelském rozpočtu jsou ceny stanoveny na základě průzkumu webových stránek zabývajících se prodejem včelařských potřeb. Uvedené ceny se mohou ve skutečnosti měnit, protože v zakladatelském rozpočtu nejsou cenu upraveny o množstevní slevy, které jsou některými prodejci poskytovány, a také zde nejsou zahrnuty možné dotace a příspěvky, které lze získat v rámci dotačních programů realizovaných Českou republikou nebo Evropskou unií.

Náklady na založení společnosti

Založení společnosti bude provedeno s pomocí notáře. V níže uvedené tabulce jsou zachyceny jednotlivé notářské úkony, potřebné dokumenty a jejich cena. (JUDr. Marcela Fianová / notářská kancelář, © 2011)

Tabulka 8 Náklady na založení společnosti (JUDr. Marcela Fianová / notářská kancelář, © 2011, vlastní zpracování)

Odměna notáře	Cena bez DPH (v Kč)	Cena s DPH (v Kč)
Sepsání zakladatelského dokumentu	4 000	4 840
Provedení přímého zápisu s.r.o. do OR	1 300	1 573
Související dokumenty	200	242
Výpis z katastru nemovitostí	100	121
Výpis z rejstříku trestů	100	121
Ověření podpisů	90	109
Ostatní náklady	Cena nepodléhá DPH	
Poplatek za živnostenské oprávnění	1 000	1 000
Soudní poplatek při přímém zápisu notářem	2 700	2 700
Celkem	9 490	10 706

11.6.2 Předpokládaný přehled příjmů a výdajů

Předpokládaný přehled příjmů

Předpokládané příjmy včelí farmy budou rozděleny na příjmy z dotačních programů a na příjmy z činnosti včelí farmy. Předpokládané příjmy jsou vypracovány na tři následující roky a budou vypracovány ve třech variantách. Jedná se o pesimistickou variantu, realistickou variantu a optimistickou variantu.

Příjmy z dotačních programů

Část těchto příjmů tvoří tzv. dotace 1. D, která je každoročně poskytována Českou republikou. Jedná se o 171 Kč na každé včelstvo, které je v příslušném roce zazimováno. Tato částka bude použita pro všechny tři roky, protože se její výše mění pouze v řádu korun.

Druhou část dotačních příjmů včelí farmy tvoří dotace spolufinancované Evropskou unií. Jedná se o dotace na racionalizaci kočování včelstev a technickou pomoc. V rámci racionalizace kočování včelstva bude včelí farma žádat o dotaci na pořízení specializovaného přepravního vozíku pro přesun včelstev na stanoviště a v rámci technické pomoci o dotaci na nákup potřebného zařízení.

Tabulka 9 Předpokládané příjmy z dotačních titulů v letech 2022 - 2024 v Kč
(Vlastní zpracování)

	2022	2023	2024
Národní dotace 1. D	25 650	25 650	25 650
Evropské dotace (racionalizace kočování včelstev)	50 000	-	-
Evropské dotace (technická pomoc)	100 000	-	-
Celkem	175 650	25 650	25 650

Příjmy z prodeje medu

Výši příjmů z činnosti včelí farmy bude primárně ovlivňovat výše vyprodukovaného množství včelího medu. Pro příjmy z činnosti včelí farmy budou vytvořeny tři scénáře a to pesimistický, realistický a optimistický. Realistický scénář počítá s průměrným medovým výnosem na jedno včelstvo okolo 30 kg. V případě pesimistického scénáře bude průměrný

medový výnos 15 kg na jedno včelstvo v a případě optimistického scénáře bude průměrný výnos na jedno včelstvo 45 kg medu. V prvním roce podnikání bude med produkován pouze vyzimovanými včelstvy, jedná se o 100 včelstev. Pro výpočet příjmů z prodaného medu bude použita průměrná cena 170 Kč za 950 g medu. Od roku 2024 se průměrná cena medu zvýší o deset korun na 180 Kč za 950 gramů.

Tabulka 10 Předpokládané příjmy z prodeje medu (Vlastní zpracování)

	2022	2023	2024
Realistická varianta			
Produkce medu (v kg)	3 000	4 500	4 500
Příjem z prodeje medu (v Kč)	536 842	805 263	852 632
Pesimistická varianta			
Produkce medu (v kg)	1500	2 250	2 250
Příjem z prodeje medu (v Kč)	268 421	402 632	426 317
Optimistická varianta			
Produkce medu (v kg)	4 500	6 750	6 750
Příjem z prodeje medu (v Kč)	805 263	1 207 895	1 278 947

Příjmy z prodeje včelích oddělků

Tak jako u prodeje medu budou i pro prodej včelích oddělků vypracovány tři scénáře a to realistický, pesimistický a optimistický. V případě realistické varianty se počítá s prodejem 40 včelích oddělků, u pesimistické varianty se odhaduje prodej 20 oddělků a v případě optimistické varianty je v plánu prodat 55 včelích oddělků. V první roce fungování včelí farma neplánuje prodej oddělků. Prodej včelích oddělků bude zahájen až ve druhém roce fungování a cena jednoho včelího oddělku je 1800 Kč. Ve třetím roce bude cena jednoho oddělku zvýšena o 100 korun na 1900 Kč za oddělek.

Tabulka 11 Předpokládané příjmy z prodeje oddělků (Vlastní zpracování)

	2022	2023	2024
Realistická varianta			
Produkce oddělků	-	40	40

Příjem z prodeje oddělků (v Kč)	-	72 000	76 000
Pesimistická varianta			
Produkce oddělků	-	20	20
Příjem z prodeje oddělků (v Kč)	-	36 000	38 000
Optimistická varianta			
Produkce oddělků	-	55	55
Příjem z prodeje oddělků (v Kč)	-	99 000	104 500

Celkové příjmy Včelí farmy Raška

Tabulka 12 Předpokládané příjmy v roce 2022- 2024 (Vlastní zpracování)

Příjmy	2022	2023	2024
Realistická varianta			
Příjmy z dotačních titulů	175 650	25 650	25 650
Příjmy z prodeje medu	536 842	805 263	852 632
Příjem z prodeje oddělků	-	72 000	76 000
Celkem	712 492	902 913	954 282
Pesimistická varianta			
Příjmy z dotačních titulů	175 650	25 650	25 650
Příjmy z prodeje medu	268 421	402 632	426 317
Příjem z prodeje oddělků	-	36 000	38 000
Celkem	444 071	464 282	489 967
Optimistická varianta			
Příjmy z dotačních titulů	175 650	25 650	25 650
Příjmy z prodeje medu	805 263	1 207 895	1 278 947
Příjem z prodeje oddělků	-	99 000	104 500
Celkem	980 913	1 332 545	1 409 097

Předpokládaný přehled výdajů

Přehled výdajů je vypracován na následující tři roky v tabulce č. 13.

Tabulka 13 Předpokládané výdaje v letech 2022 - 2024 v Kč (Vlastní zpracování)

Náklady	2022	2023	2024
Cukr	45 000	45 000	45 000
Léčivo	5 560	5 560	5 560
Rozbor medu	4 230	4 230	4 230
Náklady na balení	29 388	45 282	45 282
Údržba úlů	3 000	3 000	3 000
Propagace	70 800	70 800	70 800
Energie	30 000	30 000	30 000
Pojištění	13 900	13 900	13 900
Pohonné hmoty	15 000	15 000	15 000
Splátka úvěru	189 000	189 000	189 000
Elektronická evidence tržeb	6 544	500	500
Internet a mobilní tarif	1 125	1 125	1 125
Vytvoření a správa webových stránek	17 000	2 000	2 000
Celkem	430 547	425 397	425 397

Rozbory medu

Každoročně bude včelí farma odesílat med na rozborů Do Výzkumného ústavu včelařství v Dole. Náklady na provedení jednoho rozboru jsou 1 410 Kč. Včelí farmy bude odesílat vzorky medu k rozboru z každého vytáčení tedy třikrát do roka.

Balení medu a oddělků

Vyprodukovaný med bude prodáván ve svazových sklenicích, které budou mít 950 gramů. Cena jedné sklenice s víčkem se pohybuje okolo 8,3 Kč za jeden kus a cena etikety na sklenici je 1 Kč za jeden kus. Kartonové krabice na prodej oddělků bude včelí farma nakupovat od dodavatelů. Do kartonové krabice se pouze nalepí dřevěné hranolky, na které se poté položí obsazené rámečky. Cena jedné upravené krabice je 30 korun

Tabulka 14 Předpokládaná potřeba obalů (vlastní zpracování)

	2022	2023	2024

Obaly na med (v ks)	3 160	4 740	4 740
Krabičky na oddělky (v ks)	-	40	40

Údržba úlů

Včelí farma bude používat při včelaření nově zakoupené úly. Proto, aby tyto úly vydrželi co možná nejdéle, bude každoročně prováděna údržba. Cena údržby jednoho úlu je odhadnuta na 20 Kč.

Náklady na propagaci

Včelí farma bude využívat několik kanálů pro propagaci, avšak pouze dva z nich jsou placené. Prvním placeným kanálem propagace je reklama v magazínu Zlín. Reklama zde bude uveřejněna 4krát do roka. Cena jednoho zveřejnění reklamy je 9 700 Kč. Druhým propagačním kanálem je reklama v MHD. Zde bude reklama umístěna také 4krát do roka v počtu 100 kusů ve formátu A4. Cena této reklamy bude 32 000 Kč. (Magistrát města Zlína, © 2020; Dszo.cz, © 2020)

Náklady na energii

Náklady na energii jsou odhadnuty na částku 30 000 Kč ročně. Jedná se především o náklady spojené se spotřebou energie při vytáčení medu, rozehrívání medu, zpracování vosku.

Pojištění

Do nákladů spojených s pojištěním budou započítány náklady na zákonné pojištění automobilu, pojištění majetku a pojištění odpovědnosti podnikatele. Dle srovnání pojištění na stránkách Klik.cz vyjde roční zákonné pojištění automobilu Volkswagen Touareg na 6 100 Kč. Pojištění odpovědnosti podnikatele vyjde podle kalkulačky na stránkách pojišťovny Direct na 5 000 Kč a pojištění majetku na 2 800 Kč. (Klik.cz, © 2020; Direct.cz, © 2020)

Náklady na pohonné hmoty

Pro přepravu mezi stanovišti a dopravu bude používán Volkswagen Touareg. Náklady na pohonné hmoty budou odhadnuty na 15 000 Kč za rok.

Úvěr

Na pokrytí nákladů spojených se založením včelí farmy si podnikatel vezme úvěr ve výši 1 000 000 Kč u Komerční banky s roční úrokovou sazbou 3,8% , roční procentní sazbou

nákladů 3,86%, dobou splatnosti 6 let a měsíční splátkou 15 750 Kč. (Komerční banka, © 2020)

Elektronická evidence tržeb

Pro elektronickou evidenci tržeb bude včelí farma využívat eKasy Kompakt od společnosti O2. Pořizovací cena této kasy je 6 044 Kč. V případě využívání služek eKasy musí včelí farma ještě uhradit měsíčně 500 Kč tarif eKasy.(O2, © 2020)

Internetové připojení a mobilní tarif

Včelí farmy bude využívat internetového připojení od společnosti Vodafone a mobilního tarifu od společnosti O2. Cena internetového připojení je 475 Kč za měsíc a cena mobilního tarifu od O2 je 650 Kč za měsíc.

Náklady na tvorbu a správu webových stránek

Webové stránky pro včelí farmu budou vytvořeny externí firmou. Cena vytvoření webových stránek se pohybuje okolo 15 000 Kč. Správa webových stránek bude také prováděna externí firmou. Cena správy webových stránek bude 2 000 Kč za rok.

11.6.3 Rozdíl mezi příjmy a výdaji

Souhrnný rozdíl mezi příjmy a výdaji „Včelí farmy Raška“ je uveden v tabulce číslo 15. Tento souhrn byl sestaven za účelem zjištění životaschopnosti podnikatelského plánu. V rámci tohoto hodnocení jsou započítány i náklady na založení a nákup potřebného zařízení. Jak je z tabulky patrné v případě realistické varianty bude včelí farma v první roce ztrátová avšak roce 2023 už bude včelí farma v kladných číslech. V případě pesimistické varianty nebude včelí farma dosahovat kladných čísel ani v jednom roce a v takovém případě by včelí farma musela ukončit činnost. V optimistické variantě včelí farma bude dosahovat kladných čísel již v prvním roce.

Tabulka 15 Rozdíl mezi příjmy a výdaji v letech 2022 - 2024 (Vlastní zpracování)

	2022	2023	2024
Skutečné výdaje	430 547 + 1 292 506	425 397	425 397
Realistická varianta			
Celkové příjmy	712 492 + 1 000 000	902 913	954 282

Rozdíl (příjmy-výdaje)	-10 561	477 516	528 885
Výsledek	-10 561	466 955	995 840
Pesimistická varianta			
Celkové příjmy	444 071 + 1 000 000	464 282	489 967
Rozdíl (příjmy-výdaje)	-278 982	38 885	64 570
Výsledek	-278 982	-240 097	-175 527
Optimistická varianta			
Celkové příjmy	980 913 + 1 000 000	1 332 545	1 409 097
Rozdíl (příjmy-výdaje)	257 833	907 148	983 700
Výsledek	257 833	1 164 981	2 148 681

11.7 Analýza rizik

Tato kapitola diplomové práce je věnována analýze rizik, které mohou ohrozit uskutečnění celého podnikatelského záměru na založení včelí farmy Raška. Jedním z nejučinnějších možností jak se chránit před možnými riziky je jejich identifikace, vyhodnocení, kontrola v průběhu projektu a v případě výskytu přijetí určitých opatření, které mají za úkol minimalizovat dopady rizika na celý projekt.

Níže uvedena tabulka obsahuje rizika, která mohou představovat ohrožení podnikatelského projektu založení včelí farmy Raška. Jednotlivým rizikům je přiřazena možná pravděpodobnost jejich výskytu a jejich závažnost důsledků na uskutečnění celého projektu založení včelí farmy. Hodnota dopadu rizika je stanovena na stupnici od 1 do 5, kde hodnota 1 představuje pouze malé riziko na ohrožení celého projektu a hodnota 5 znamená velmi vysoké ohrožení celého projektu založení.

Tabulka 16 Analýza rizik projektu (vlastní zpracování)

Riziko	Pravděpodobnost vzniku rizika (v %)	Dopad
Nepříznivé klimatické podmínky	30	5

Nákaza včelstev	30	4
Krádež včelstev	10	4
Nedostatek tržeb	40	5
Zvýšení cen vstupů	70	2
Neschopnost splácat závazky	20	5
Změna legislativy související s podnikáním	10	2
Nezájem investorů	30	5
Vznik nové konkurence	10	1
Prodej nekvalitního výrobku	3	2
Nemoc, úraz podnikatele	5	2

- Nepříznivé klimatické podmínky neohrožují včelstva jako taková, ale ohrožují množství vyprodukovaného medu. Bohužel v případě špatného počasí musí včelař doufat, že nebude trvat příliš dlouho.
- Nákaza včelstev každoročně ohrožuje včely v České republice. Například v případě nakažení včelstev včelím morem musí včelař všechny včelstva společně s úly a vybavením spálit. Takovéto škody by byly pro včelí farmu likvidační. Účinnou formou ochrany proti tomuto riziku je včasné a řádné léčení včelstev.
- Krádeže včelstev nejsou v České republice příliš časté, ale stávají se. Účinným opatřením jak tomuto předcházet je instalace fotopastí na stanovištích nebo instalace GPS lokátoru do úlu. Případně se může včelař proti krádeži pojistit.
- Nedostatek tržeb by byl pro včelí farmu likvidační. Proto se bude včelí farma snažit zaujmout zákazníky kvalitními výrobky a zajistit aby se vraceli nakupovat i v budoucnu. Dalším možným opatřením proti tomuto riziku je tvorba rezerv nebo zvýšení investice do marketingu.
- Ke zvýšení cen vstupů v průběhu podnikání s největší pravděpodobností dojde. Toto riziko nebude mít na včelí farmu příliš vysoký dopad. Možným opatřením jak toto riziko minimalizovat je tvorba rezerv, případně vyjednání lepší cenové politiky s dodavateli.
- Neschopnost splácat závazky by bylo pro včelí farmu likvidační. Proto, aby k této situaci nedošlo, bude si včelí farma vytvářet finanční rezervy a včasně vyhodnocovat

vat finanční situaci. Případně dalším opatřením proti riziku může být využití odborného finančního poradenství.

- Změna legislativy související s podnikáním mohou fungování včelí farmy ohrozit. Opatřením jak tomuto riziku předcházet může být sledování vývoje legislativy a tvorba finančních rezerv.
- Nezájem investorů by znamenal pro projekt založení včelí farmy velký problém, protože tento projekt je nákladný a na jeho realizaci budou potřeba i cizí zdroje. Opatření jak tomuto riziku předejít je kvalitní zpracování podnikatelského záměru.
- Vzniku nové konkurence nemůže včelí farma nijak zabránit. Avšak včelařství není příliš atraktivní obor pro podnikání, proto lze předpokládat pouze malé riziko vzniku nové konkurence.
- Prodeji nekvalitního výrobku bude včelí farma předcházet dodržováním Českých a Evropských morem. Zároveň bude odebírat vzorky medu, které následně bude kontrolovat pomocí refraktometru.
- Nemoc, úraz podnikatele může ohrozit fungování včelí farmy. Vždy ovšem jak závažná nemoc nebo úraz je a jak dlouho bude trvat rekonvalescence. Opatřením proti nemoci a úrazu je zajištění náhradníka, který zastoupí podnikatele v případě potřeby.

11.8 Časová analýza

Pro tento projekt je důležitá i časová analýza, která má za úkol zajisti pohled na založení včelí farmy z časového hlediska.

K založení a vzniku včelí farmy bylo stanoveno období od 8. 2. 2022 do 21. 2.2022, kdy budou uskutečněny jednotlivé kroky potřebné pro založení a vznik včelí farmy v následujícím pořadí:

- sepsání zakladatelské listiny - od 8. 2. 2022 do 8. 2. 2022
- registrace pomocí jednotného registračního formuláře - od 9. 2. 2022 do 9. 2. 2022
- zápis do evidence zemědělského podnikání - od 10. 2. 2022 do 16. 2. 2022
- získání souhlasu krajské veterinární zprávy - od 10. 2. 2022 do 16. 2. 2022
- získání souhlasu krajské hygienické stanice - od 10. 2. 2022 do 16. 2. 2022
- zápis do obchodního rejstříku - od 16. 2. 2022 do 21. 2. 2022

Včelí farma Raška s.r.o., vznikne zápisem do obchodní rejstříku nejpozději dnem 21. 2. 2022. Poté budou následovat činnosti vedoucí k oficiálnímu zahájení provozu, které se uskuteční 1. 6. 2022. Činnosti budou provedeny v následujícím pořadí:

- žádost o úvěr - od 21. 2. 2022 do 28. 2. 2022
- vytvoření webových stránek - od 15. 2. 2022 do 1. 3. 2022
- příprava včelích stanovišť - od 10. 2. 2022 do 1. 3. 2022
- čerpání úvěru - od 1. 3. 2022 do 1. 3. 2022
- nákup včel a vybavení - od 1. 3. 2022 do 10. 3. 2022
- umístění včel na stanoviště - od 10. 3. 2022 do 13. 3. 2022
- snůška - od 13. 3. 2022 do 15. 5. 2022
- první medobraní - od 15. 5. 2022 do 31. 5. 2022
- oficiální zahájení provozu - od 1. 6. 2022 do 1. 6. 2022

Tabulka 17 Časový harmonogram (vlastní zpracování)

Znak	Popis činnosti	Doba trvání (dny)	Předchozí činnosti
A	Sepsání zakladatelské listiny	1	-
B	Registrace pomocí jednotného registračního formuláře	1	A
C	Zápis do evidence zemědělského podnikání	6	B
D	Získání souhlasu krajské veterinární zprávy	6	B
E	Získání souhlasu krajské hygienické stanice	6	B
F	Zápis do obchodního rejstříku	5	A, B, C, D, E
G	Žádost o úvěr	7	F
H	Vytvoření webových stránek	14	G
I	Příprava včelích stanovišť	19	F
J	Čerpání úvěru	1	G
K	Nákup včel a vybavení	9	J
L	Umístění včel na stanoviště	3	K
M	Snůška	63	L, I
N	První medobraní	16	M
O	Oficiální zahájení provozu	1	N

V tabulce č. 17 je zpracovaný harmonogram na založení včelí farmy. V tabulce jsou také uvedeny doby trvání jednotlivých činností ve dnech a jejich předcházející činnosti, které jsou využity k stanovení trvání projektu a kritické cesty.

Kritická cesta byla stanovena s využitím programu QM for Windows a tvoří ji následující činnosti:

- A → B → C → D → E → F → G → J → K → L → M → N → O.

Doba trvání kritické cesty je 113 dní. V níže uvedeném obrázku č. 9 je zobrazena kritická cesta červenými čísly. V případě zpoždění těchto činností dojde k prodloužení doby trvání celého projektu.

Activity	Activity time	Early Start	Early Finish	Late Start	Late Finish	Slack
Project	113					
A	1	0	1	0	1	0
B	1	1	2	1	2	0
C	6	2	8	2	8	0
D	6	2	8	2	8	0
E	6	2	8	2	8	0
F	5	8	13	8	13	0
G	7	13	20	13	20	0
H	14	20	34	99	113	79
I	19	13	32	14	33	1
J	1	20	21	20	21	0
K	9	21	30	21	30	0
L	3	30	33	30	33	0
M	63	33	96	33	96	0
N	16	96	112	96	112	0
O	1	112	113	112	113	0

Obrázek 20 Výpočet kritické cesty (Vlastní zpracování v QM for Windows)

11.9 Shrnutí projektové části

Projektová část diplomové práce se věnovala vypracování podnikatelského plánu na založení včelí farmy a vyplývají z něj následující závěry:

- Na základě provedené analýzy právní formy bude včelí farma založena jako společnost s ručením omezeným a do obchodního rejstříku bude zapsána nejpozději do 21. 2. 2022 pod názvem Včelí farma Raška, s.r.o.

- Sídlo včelí farmy bude ve Zlíně na Mladcové v ulici Františka Bartoše
- Včelí farma bude podnikat na základě živnostenského oprávnění: Výroba potravinářských a škrobářských výrobků a výroba, obchod a služby jinde nezařazené
- Posláním včelí farmy je vytvoření místa, kde zákazníci dostanou pouze ten nejvyšší včelí med a využívání šetrných metod při výrobě medu k zamezení poškozování včelstev.
- Hlavním produktem včelí farmy bude včelí med. Ve druhém roce svého fungování včelí farma nabídne zákazníkům možnost nákupu oddělků.
- Se vznikem společnosti jsou stanoveny související náklady ve výši 10 706 Kč.
- Ze zakladatelského rozpočtu vyplývá, že včelí farma bude potřebovat finanční zdroje ve výši 1 281 800 Kč. Tyto potřebné finanční zdroje budou pokryty z vlastních zdrojů podnikatele a bankovním úvěrem od Komerční banky ve výši 1 000 000 Kč s úrokem 3,8 % se splatností 6 let.
- Za pomoci marketingového plánu byla stanoveny způsoby propagace, které bude včelí farma využívat. Konkrétně se jedná o webové stránky, účty na Facebooku, Instagramu a Youtube, reklama v MHD, reklama v magazínu Zlín a internetové portály. Náklady na propagaci byly vyčísleny na 70 800 Kč.
- Ve finančním plánu byly vytvořeny tři varianty, konkrétně optimistická, realistická a pesimistická, pro předpokládané příjmy a výdaje. Při porovnání příjmů a výdajů bylo zjištěno, že v případě optimistické varianty včelí farma dosahuje kladných čísel již první rok. V rámci realistické varianty dosahuje kladných čísel až druhý rok fungování, ale při pesimistické varianty včelí farma nedosahuje kladných výsledků ani jeden rok.
- Na základě analýzy rizik byla identifikována rizika, která mohou ohrozit fungování včelí farmy. Za rizika s největším dopadem na fungování včelí farmy byla označena Nepříznivé klimatické podmínky, nedostatek tržeb, neschopnost splácet závazky a nezájem investorů.
- Časová analýza stanovila dobu trvání kritické cesty na 113 dní.
- Termín zahájení podnikatelské činnosti je stanoven k datu 1. 6. 2022.

ZÁVĚR

Předkládaná diplomová práce byla vypracována na téma Projekt založení podniku - včelí farma. Důvodem pro vznik této práce byla možnost spojení autorovy záliby ve včelaření a znalostí získaných v průběhu studia na vysoké škole.

Hlavním cílem diplomové práce bylo vypracování podnikatelského plánu na založení včelí farmy. Účelem podnikatelského plánu bylo stanovit jednotlivé kroky, kterými by se podnikatel měl řídit při zakládání podniku.

Výsledná práce byla rozdělena do dvou částí teoretické a praktické části. Teoretická část byla zpracována formou literární rešerše, která vysvětlila pojmy použité v jednotlivých částech diplomové práce. V jednotlivých kapitolách byly popsány základní pojmy související s podnikáním, použité metody pro analýzu podnikatelského prostředí a struktura podnikatelského plánu. Na závěr této části bylo vypracováno stručně shrnutí teoretické části diplomové práce.

Praktická část diplomové práce je rozdělena na dvě části analytickou a projektovou. Analytická část byla vypracována na základě informací a faktů získaných z vypracované literární rešerše. SWOT analýzy zde byla použita pro zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňující úspěch zakládané včelí farmy. Následovala PESTEL analýza pro zhodnocení okolního prostředí. Pro zhodnocení konkurenčního okolí včelí farmy bylo využito Porterova modelu pěti sil. Na základě provedené analýzy právní formy společnosti bylo stanoveno, že zakládaná společnost bude založena jako společnost s ručením omezeným.

V Projektové části předkládané diplomové práce byl vypracován podnikatelský plán na založení včelí farmy. Na začátku podnikatelského plánu byla vypracována titulní strana a exekutivní souhrn, který měl za úkol zaujmout potenciální investory. Následující kapitoly podnikatelského plánu popsaly zbylé činnosti, které jsou obsaženy ve struktuře podnikatelského plánu. Těmto činnostem byly přiřazeny jejich náklady a příjmy, na základě kterých bylo možné sestavit finanční plán.

Na závěr práce byla vypracována riziková a časová analýzy. Riziková analýza identifikovala rizika, které v budoucnu mohou ohrozit fungování včelí farmy a uvedla možná opatření jak těmto rizikům předcházet. Časová analýzy byla vypracována pro účel zjištění a přehledu časového harmonogramu pro podnikatele.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní zdroje

ABRAMS, Rhonda. *Successful business plan: secrets & strategies*. 7th edition. Palo Alto, California: PlanningShop, [2019], xxxii, 444 s. ISBN 978-1-933895-82-6.

CEJTHAMR, Václav a Jiří DĚDINA. *Management a organizační chování*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, c2010, 344 s. Expert. ISBN 9788024733487.

COLWELL, Ken. *Starting a business quickstart guide: the simplified beginner's guide to launching a successful small business, turning your vision into reality and achieving your entrepreneurial dream*. Albany, NY: ClydeBank Business, [2019], viii, 274 s. ISBN 978-1-945051-82-1.

ČERVENÝ, Radim. *Business plán: krok za krokem*. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvii, 211 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 9788074005114.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů*. Praha: Grada, 2011, 408 s. Expert. ISBN 9788024732930.

HISRICH, Robert D. a Michael P. PETERS. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1996, 501 s. ISBN 8085865076.

KITA, Jaroslav. *Marketing*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017, 419 s. Ekonómia. ISBN 9788081685507.

KOLÁŘOVÁ, Monika, 2013. *Velká kniha pro podnikání*. 2. aktualizované vydání. Olomouc: Rubico. 183 s. ISBN 978-80-7346-157-7.

KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, c2007, 216 s. Praxe podnikatele. ISBN 9788025116050.

KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. Brno: Computer Press, 2005, vii, 252 s. Praxe podnikatele. ISBN 802510592X.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Praha: Grada, c2004, 855 s. Expert. ISBN 8024705133.

- KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. [4. vyd.]. Praha: Grada, 2013, 814 s. ISBN 9788024741505.
- KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. 15. Boston: Pearson, [2016], 714, A14, E58, G10, I36. ISBN 9781292092621.
- MÁCHAL, Pavel, Martina ONDROUCHOVÁ a Radmila PRESOVÁ. *Světové standardy projektového řízení: pro malé a střední firmy: IPMA, PMI, PRINCE2*. Praha: Grada, 2015, 138 s. Manažer. ISBN 9788024753218.
- MALLYA, Thaddeus. *Základy strategického řízení a rozhodování*. Praha: Grada, 2007. ISBN 80-247-1911-8.
- MALÝ, Václav. *Marketingový výzkum: teorie a praxe*. Vyd. 2. Praha: Oeconomica, 2008, 181 s. ISBN 9788024513263.
- MCDONALD, Malcolm a Hugh WILSON. *Marketingový plán: příprava a úspěšná realizace*. Brno: BizBooks, 2012, 575 s. ISBN 9788026500148.
- SOLOMON, Michael R., Greg W. Marshall a Elnora W. Stuart. 2006. *Marketing očima světových marketing manažerů*. Brno: Computer Press, 564 s. ISBN 80-251-1273-X.
- SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ, 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5
- SRPOVÁ, Jitka a kolektiv, 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.
- SMEJKAL, Vladimír a Karel RAIS. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2013, 483 s. Expert. ISBN 9788024746449.
- SMITH, Paul. *Moderní marketing*. Praha: Computer Press, 2000, xxxiv, 518 s. Praxe manažera. ISBN 8072262521.
- SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada, 2017, 227 s. ISBN 9788027104079.
- SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 6., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2015, xxviii, 526 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 9788074002748.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. Expert. ISBN 9788024745206.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy: pro všechny podnikatele a manažery: od podnikatelského záměru k zahájení podnikání: jak úspěšně řídit malou i větší firmu: programy podpory podnikání*. Praha: Grada, 2005, 304 s. Expert. ISBN 8024710692.

Legislativní zdroje

ČESKO, 1991a. Zákon č. 455 ze dne 2. října 1991 o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). In. Sbírka zákonů České republiky [online]. Částka 87, s. 2122 – 2160 [cit. 22. 2. 2020]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2499>

ČESKO, 1991b. Zákon č. 304 ze dne 30. září 2013 o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob. In. Sbírka zákonů České republiky [online]. Částka 116, s. 3501 – 3522 [cit. 25. 2. 2020]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=z&id=26675>

ČESKO, 1993. Usnesení č. 2 ze dne 16. prosince 1992 o vyhlášení Listiny základních práv a svobod. In: Sbírka zákonů České republiky [online]. Částka 1, s. 17 - 23 [cit. 22. 2. 2020]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=z&id=22427>

ČESKO, 2004. Zákon č. 360 ze dne 15. června 2004 Zákon o Evropském hospodářském zájmovém sdružení (EHZS) a o změně zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů, (zákon o evropském hospodářském zájmovém sdružení). In. Sbírka zákonů České republiky [online]. Částka 118, s. 7471 – 7474 [cit. 25. 2. 2020]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=4422>

ČESKO, 2004. Zákon č. 627 ze dne 11. listopadu 2004 o evropské společnosti. In. Sbírka zákonů České republiky [online]. Částka 213, s. 11374 – 11390 [cit. 25. 2. 2020]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=4517>

ČESKO, 2006. Zákon č. 262 ze dne 21. dubna 2006 zákoník práce. In. Sbírka zákonů České republiky [online]. Částka 84, s. 3146 - 3241 [cit. 25. 2. 2020]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=4930>

ČESKO, 2012b. Zákon č. 90 ze dne 25. ledna 2012 o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích). In. Sbírka zákonů České republiky [online]. Částka 34, s. 1370 – 1482 [cit. 22.2.202]. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6145>

ČESKO, 2012a. Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 občanský zákoník. In. Sbírka zákonů České republiky [online]. Částka 3, s. 1026 – 1365 [cit. 22. 2. 2020]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=z&id=24084>

Internetové zdroje

Doporučení Komise – definice mikropodniků, malých a středních podniků, 2020 In: eur-lex.europa.eu [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=LEGISSUM%3An26026>

Farma pod hvězdou, 2020 In: podhvездou.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.podhvездou.cz/>

Jihočeská agentura pro podporu inovačního podnikání, 2020 In: gate2biotech.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <http://www.gate2biotech.cz/>

Kalkulačka úvěru, 2020 In: KB.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/ostatni/kalkulacky/kalkulacka-uveru>

Magistrát města Zlína, 2020 In: zlin.eu [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.zlin.eu/clanky/dokumenty/3582/wiupccn48eik-mz-cenik-2020-.pdf>

Makroekonomická predikce duben 2020, 2020 In: mfcz.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.mfcz.cz/cs/verejny-sektor/makroekonomika/makroekonomicka-predikce/2020/makroekonomicka-predikce-duben-2020-38089>

Mor včelího plodu, 2020 In: svscr.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.svscr.cz/zdravi-zvirat/mor-vceliho-plodu/>

Mor včelího plodu, 2020 In: ivcelarstvi.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.ivcelarstvi.cz/mor-vceliho-plodu/>

Mor včelího plodu, 2020 In: vcelarstvi.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.vcelarstvi.cz/mor-vceliho-plodu/>

O2 eKasa, 2020 In: O2.cz[online]. [cit. 2020-05-17]. Dostupné z: https://www.o2.cz/podnikatel/pokladny-ekasa?disableHeader=1&cid=csa-ekasa-20m02-awe-et&gclid=CjwKCAjwk6P2BRAIEiwAfVJ0rBjgWwsFfuVlcpFi9odYSjLNjv0gN4BlJaKx95dJ5KDj6_6wBUoP5BoCX5sQAvD_BwE#accordion-a18083-a35206

Počet obyvatel obce Zlín, 2020. In: Místopisný průvodce [online]. [cit. 2020-04-29]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/10322/zlin/pocet-obyvatel/>

Pojištění majetku, 2020. In: Direct.cz[online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.direct.cz/pro-lidi/majetkove-pojisteni/krok1>

Pojištění podnikání, 2020. In: Direct.cz[online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.direct.cz/pro-firmy/pojisteni-podnikani/v-cem-podnikate>

Porovnání povinného ručení, 2020. In: Klikpojisteni.cz[online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.klikpojisteni.cz/povinne-ruceni-porovnaní?id=7tivl>

Průručka pro chovatele včel, 2020. In: vcelarstvi.cz[online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.vcelarstvi.cz/dokumenty-cms/vcelarske-dotace-krok-za-krokem-2020.pdf>

Reklamní agentura, 2020 In: dszo.cz[online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.dszo.cz/reklama/?page=02-letaky>

Situační a výhledová zpráva včely [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2020 [cit. 2020-05-26]. ISBN ISBN 978-80-7434-538-8. ISSN ISSN 1211-7692. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/645370/Vcely_2019_WEB.pdf

Stanovy čsv, 2020 In: vcelarstvi.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.vcelarstvi.cz/stanovy-csv/>

SWOT analýza, 2020 In: Managementmania.cz [online]. Praha, 2016 [cit. 2019-03-14]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

Varroáza, 2020 In: beedol.vz[online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.beedol.cz/varroaza/>

Varroáza včel, 2020 In: svscr.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z:

<https://www.svscr.cz/varroaza-vcel/>

VCELPO, 2020 In: vcelari.info [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z:

<http://www.vcelari.info/>

Včelařství Jaroslav Hába, 2020 In: vcelarstvihaba.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <http://www.vcelarstvihaba.cz/>

Včelí farma a stolařství Roštín, 2020 In: burinsky.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <http://www.burinsky.cz/index.html>

Včelí farma z Valašska, 2020 In: vcelarstvivalassko.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <http://www.vcelarstvivalassko.cz/>

Výzkumný ústav včelařský, 2020 In: beedol.cz [online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z:

<https://www.beedol.cz>

Výkup medu MEDOCENTRUM, 2020 In: medocentrum.cz [online]. [cit. 2020-05-11].

Dostupné z: [http://www.medocentrum.cz/eshop/?p=p_57&sName=Karta-](http://www.medocentrum.cz/eshop/?p=p_57&sName=Karta-Medocentrum)

[Medocentrum](http://www.medocentrum.cz/eshop/?p=p_57&sName=Karta-Medocentrum)

Založení společnosti s ručením omezeným, 2020. In: Notarfianova[online]. [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: <https://www.notarfianova.cz/agendy/?site=s1e0>

Ze Zlínského kraje lidé odcházejí jen zřídka, přesto obyvatel ubývá, 2019. In: Idnes [online]. [cit. 2020-04-29]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zlin/zpravy/socio-demograficky-vyvoj-statistika-obyvatelstvo-migrace-zlinsky-kraj.A190116_451210_zlin-zpravy_ras

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČNB	Česká národní banka
ČR	Česká republika
EHZS	Evropská hospodářské zájmové sdružení
HDP	Hrubý domácí produkt
PESTLE	analýza makroekonomického okolí
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
s. r. o.	Společnost s ručeným omezeným
SWOT	metoda strategické analýzy

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Konzumujete med? (Vlastní zpracování).....	37
Obrázek 2 Z jakého důvodu nekonzumujete med? (Vlastní zpracování).....	38
Obrázek 3 Kolik kg medu spotřebujete za rok? (Vlastní zpracování).....	38
Obrázek 4 Kde nejčastěji nakupujete med? (Vlastní zpracování).....	39
Obrázek 5 Jaký druh medu preferujete? (Vlastní zpracování).....	39
Obrázek 6 Které kritérium je pro Vás rozhodující při výběru medu? (Vlastní zpracování).....	40
Obrázek 7 Za jakou cenu jste ochotni koupit 1 kg medu? (Vlastní zpracování).....	41
Obrázek 8 Pohlaví? (Vlastní zpracování).....	41
Obrázek 9 Kolik je Vám let? (Vlastní zpracování).....	42
Obrázek 10 Predikce vývoje HDP (ČNB, © 2020).....	45
Obrázek 11 Predikce vývoje inflace (ČNB, © 2020).....	45
Obrázek 12 Predikce vývoje úrokových sazeb (ČNB, © 2020).....	46
Obrázek 13 Vývoj spotřeby medu (Český včelařský program 2020 - 2022).....	47
Obrázek 14 Výskyt varroózy v České republice (Státní veterinární zprava, © 2020).....	50
Obrázek 15 Ochranná pásma a ohniska moru včelího plodu březen 2020 (Státní veterinární zprava, © 2020).....	51
Obrázek 16 Umístění konkurenčních farem v okolí (Vlastní zpracování).....	53
Obrázek 17 Hodnotová analýza (Vlastní zpracování).....	54
Obrázek 18 Logo Včelí farmy Raška (Vlastní zpracování).....	65
Obrázek 19 Mapa včelařů prodávající med (PSNV, © 2020).....	72
Obrázek 20 Výpočet kritické cesty (Vlastní zpracování v QM for Windows).....	89

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Předpokládané náklady jednotlivých oblastí podpory (Příručka pro chovatele včel, © 2020).....	43
Tabulka 2 SWOT analýza včelí farmy (Vlastní zpracování).....	62
Tabulka 3 Porovnání cen konkurentů (Vlastní zpracování)	69
Tabulka 4 Předpokládaná spotřeba cukru v jednotlivých letech	74
Tabulka 5 Kalkulace nákladu na léčiva (Vlastní zpracování)	74
Tabulka 6 Předpokládaná produkce medu (vlastní zpracování).....	75
Tabulka 7 Zakladatelský rozpočet (Vlastní zpracování)	77
Tabulka 8 Náklady na založení společnosti (JUDr. Marcela Fianová / notářská kancelář, © 2011, vlastní zpracování).....	78
Tabulka 9 Předpokládané příjmy z dotačních titulů v letech 2022 - 2024 v Kč (Vlastní zpracování)	79
Tabulka 10 Předpokládané příjmy z prodeje medu (Vlastní zpracování)	80
Tabulka 11 Předpokládané příjmy z prodeje oddělků (Vlastní zpracování)	80
Tabulka 12 Předpokládané příjmy v roce 2022- 2024 (Vlastní zpracování).....	81
Tabulka 13 Předpokládané výdaje v letech 2022 - 2024 v Kč (Vlastní zpracování).....	82
Tabulka 14 Předpokládaná potřeba obalů (vlastní zpracování).....	82
Tabulka 15 Rozdíl mezi příjmy a výdaji v letech 2022 - 2024 (Vlastní zpracování).....	84
Tabulka 16 Analýza rizik projektu (vlastní zpracování)	85
Tabulka 17 Časový harmonogram (vlastní zpracování).....	88

SEZNAM PŘÍLOH

PI Dotazník

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Vážení respondenti,

jsem studentem 2. ročníku magisterského studia fakulty Managementu a ekonomiky ve Zlíně a touto cestou bych se na Vás rád obrátil s žádostí o vyplnění následujícího krátkého dotazníku. Dotazník poslouží k analýze spotřebitelských priorit při nákupu medu.

Dotazník je anonymní a jeho výsledky budou použity pouze ke studijním účelům. Za Vaši ochotu a čas strávený nad vyplňováním dotazníku předem velmi děkuji.

Bc. Martin Raška

Konzumujete med?

- Ano
- Ne

Z jakého důvodu nekupujete med?

- Nechutná mi
 - Zdravotní problémy
 - Vysoká cena
 - Jiný
-

Kolik kg medu spotřebujete za rok?

- Do 1 kg
- Do 3 kg
- Do 5 kg
- Do 10 kg
- Do 15 kg
- Do 20 kg
- Více než 20 kg

Kde nejčastěji nakupujete med?

- V obchodě
- Přimo od včelaře
- Přes internet
- Na tržnici

Jaký druh medu preferujete?

- Květový
- Medovicový
- Pastovaný
- Smíšený

- Nerozhoduje

Které kritérium je pro Vás rozhodující při nákupu medu?

- Kvalita
 - Cena
 - Vlastní zkušenost
 - Původ medu
 - Reference
 - Jiné
-

Za jakou cenu jste ochotni koupit 1 kg medu?

- Do 100Kč
- 101 - 130Kč
- 131 - 160Kč
- 161 - 200Kč
- 201Kč a více

Pohlaví?

- Žena
- Muž

Kolik Vám je let?

- 15 - 25
- 26 - 40
- 41 - 50
- 51 - 60
- 61 - 70
- 70 a více